

А.Л. ЖУРАВЛЕВ

Доктор психологических наук, профессор,
директор Института психологии РАН
г. Москва
adm3@psychol.ras.ru

Т.В. ДРОБЫШЕВА,

Кандидат психологических наук,
научный сотрудник лаборатории
социальной и экономической психологии
Института психологии РАН
г. Москва

МЕТОДОЛОГИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ ФЕНОМЕНОВ ЭКОНОМИЧЕСКОГО СОЗНАНИЯ ФОРМИРУЮЩЕЙСЯ ЛИЧНОСТИ (НА ПРИМЕРЕ ПРЕДСТАВЛЕНИЙ О БЕДНОМ/БОГАТОМ ЧЕЛОВЕКЕ)

Аннотация: В статье рассматриваются феномены экономического сознания детей: познание ими экономического мира, образы и представления о богатом и бедном человеке, предлагается модель социально-психологического исследования представлений детей о бедном и богатом человеке.

Ключевые слова: ценностные ориентации личности, механизмы самоидентификации, когнитивный аспект экономической социализации, представления о богатом и бедном человеке.

Введение

Феномены экономического сознания и самосознания являются предметом не только экономико- и социально-психологических [8, 13, 16, 30, 31, 33], но и собственно психологических [3 и др.] и экономических [24 и др.] исследований. Выделяя в содержании экономического сознания различные компоненты и уровни их организации, разные авторы отводят значимое место *представлениям* об экономических феноменах, которые получили наибольшее распространение в период социальных трансформаций в российском обществе. Прежде всего, они связаны с появлением новых экономических явлений: предпринимательства, разнообразных форм собственности, приватизации, рекламы, новой экономической стратификации и т.п.; усилением роли материального достатка, денег в от-

ношениях между людьми и т.п. Причем процесс формирования таких представлений в обществе, скорее всего, происходил не одновременно с самими преобразованиями, на осознание и принятие которых, на перестройку отношения к ним необходимо время. Возможно, именно этими обстоятельствами обусловлен тот факт, что большинство отечественных исследований психологических феноменов бедности/богатства и бедного/богатого человека, отношения к и экономическому неравенству, экономическому благополучию и т.п. проводились не в начале или середине 90-х годов XX века, а в их конце и начале XXI века, когда социальные группы, дифференцированные по экономическим признакам, не только сформировались объективно, но и стали для значительного числа людей основой самокатегоризации [6, 9-11, 13-15, 30-33]. Следуя тезису С.

Московичи (1995), утверждавшему, что основной мотив формирования социальных представлений - это «желание свыкнуться со странным» [22, с.9], функция экономических представлений стала рассматриваться с позиции адаптации личности к окружающему экономическому миру [20, 31-33]. Все это правомерно, в первую очередь, когда речь идет о взрослых, сформировавшихся личностях.

Аналогичные представления детей, подростков и юношей изучаются в рамках *экономической социализации* как одного из разделов экономической психологии. Формирование таких представлений опирается на информацию из сказок и фольклора, традиций и обычаев, а передача и усвоение осуществляется не только в процессе общения с родителями, но и под влиянием СМИ, сверстников (обыденные представления), школы (формализованные научные понятия). При этом основной акцент ставится не столько на адаптацию к окружающему миру, сколько на формирование активной позиции личности, ориентированной на познание и преобразование социального мира (экономического в том числе).

Понимая под экономической социализацией процесс и результат включенности индивида в мир экономических отношений общества, можно утверждать, что образ этого мира формируется с раннего детства и в течение всей жизни человека. Социальное познание детьми явлений и объектов экономического мира непосредственно связано с системой ценностей, которую общество транслирует посредством различных агентов и институтов социализации. Усваивая систему экономических ценностей, идеалов и экономической опыт и активно преобразуя его, индивид становится экономическим субъектом данного общества. Ведь именно активность как свойство личности, проявляемое, например, через высокие показатели волевого самоконтроля, рассматривается в качестве одного из условий экономической социализации.

Познание детьми экономического мира взрослых как средство экономической социализации

Понятие «средство социализации» в психологической литературе рассматривается как «некое промежуточное звено между субъектом и объектом, а также между субъектом и другим субъектом, пользуясь которым, человек преобразует в первом случае вещественные объекты, а во втором – сознание второго субъекта» [27]. А.В. Мудрик (2004) к средствам социализации

относит: способы кормления, язык и речь агентов социализации; формируемые бытовые и гигиенические умения и представления; стиль и содержание общения в семье, в группах сверстников; последовательное *приобщение человека к многочисленным видам и типам отношений* в основных сферах его жизнедеятельности - семейной, религиозной, экономической, политической и др. «С помощью этих средств поведение человека приводится в соответствие с принятыми в данной культуре образцами, нормами, ценностями» [23, с.32]. Такого же мнения придерживается и С.И. Розум (2006), выделяя, вслед за Я.И. Глинским и Ж.Пиаже, в качестве средств: правила, ценности и знаки, которые способствуют достижению основной цели социализации – формированию «сходных для всех субъектов психических феноменов – образов восприятия, представлений, понятий, а также производимых над ними операций» [27, с. 263].

Перефразируя вышеизложенное, можно предположить, что, воспринимая и понимая (а, возможно, и принимая, т.е. включая в свою, уже сложившуюся систему) экономические представления, образы, понятия с помощью средств – норм, ценностей и языка, ребенок достигает некое соответствие с окружающим его миром экономических отношений. Данный подход, безусловно, лишь частично объясняет сложнейший процесс экономической социализации детей. В соответствии с этим подходом можно выделить три основных элемента: экономическая социализация – представления – ценности. Последние, по нашему мнению, могут выступать не столько средством, сколько *механизмом*, т.е. тем психическим процессом, который «обеспечивает преобразование (передачу) того, что воспринимается субъектом в его внутреннее содержание» [27, с.265]. В таком случае сам процесс усвоения экономических понятий может быть тем самым промежуточным звеном (средством), с помощью которого и «нормируются» компоненты экономического сознания (оно включает представления, образы, отношения, установки и т.п.), а ценностные ориентации в этом контексте обеспечивают преобразование, изменение этих компонентов.

Исследования экономических представлений детей в зарубежной психологии (отечественные работы не многочисленны) насчитывают не одну сотню работ и проводятся в рамках теоретического направления, которое можно условно обозначить как «когнитивное» [29, 35-40]. Наряду с двумя другими направлениями («поведенческое» и «факторное»), оно объединяет наибольшее число работ, поэтому ведущие специалисты в этой области А. Фёрнэм, П. Уэбли, К. Ролан-Леви и

др. указывают на него как на основное в исследованиях экономической социализации.

Предметом исследований чаще всего становится познание детьми таких понятий, как: цена, зарплата, накопления, вклады, деньги, обмен и дарение, инвестиции, забастовки, экономическая и социальная справедливость, бедность и богатство, а также их представления о важности власти и богатства, средствах производства и их владельцах, спросе и предложении, рекламе и т.п. Имеются в виду работы, авторы которых - Д. Лайзер, Дж. Севон, Д. Леви, А. Берти, А. Бомби, Р. Брусдал, А. Фёрнэм, Л. Фарби, Х. Диттмар, К. Чан, Дж. Макнейл и др. [7, 29, 35-40].

В рамках данного направления, в зависимости от того, на какой конкретный научный подход опирается тот или иной исследователь, формирование представлений об экономических феноменах рассматривается в соответствии с теориями либо когнитивного развития Пиаже (акцент делается на выделении стадий, активности самого ребенка в познании и т.д.), либо социального конструктивизма или социального научения (чаще всего подчеркивается влияние окружающей среды на развитие ребенка) и т.д. Прикладной характер носит использование теорий социальной идентичности и доминантных представлений. Разрешение концептуального конфликта строится через вычленение представителями каждой из теорий интересующих их аспектов исследования, без наложения (но при пересечении) с другими. Так, при сопоставлении позиций приверженцев теорий научения и развития отмечается, что первая модель подчеркивает внутриспихические различия по мере роста ребенка, а другая - описывает различия между детьми одного возраста [41].

Противопоставление теорий когнитивного развития и социального конструктивизма разрешается тем, что сложность информации об объектах и явлениях экономического мира объясняется влиянием когнитивных и лингвистических факторов, а содержание экономических представлений и ценностей – доминирующими в культуре и социально разделяемыми системами значений [7]. Тем не менее, единодушного мнения относительно специфики, взаимозависимости и влияния внешних (социальной среды) и внутренних (мотивов, потребностей, когнитивных и т.д.) детерминант экономического развития ребенка в зарубежной экономической психологии не наблюдается. Только последнее десятилетие сторонники когнитивного подхода пытаются найти общие позиции в понимании исследуемого феномена с целью развития общей теории экономической

социализации и выявления специфичности ее предмета и методов закономерностей и механизмов, функций и факторов и т.д.

Следует добавить, что практически во всех исследованиях данного направления авторы выявляют различия по полу, возрасту материальному благосостоянию семьи, региону проживания и др., т.е. косвенно изучаются институты и агенты социализации, их влияние на восприятие и понимание детьми экономических явлений. Данный аспект исследований пересекается с «факторным» направлением в изучении экономической социализации. Однако последнее - малочисленно в связи с методологическими и теоретическими сложностями и ограничениями, а также методическими трудностями (учет и контроль побочных переменных, манипулирование ими, формирование выборки и т.д.) в проведении подобных исследований и получении точных и максимально достоверных результатов.

Построение когнитивных систем экономического сознания детей в зависимости от их сложности опирается на различных агентов (каналы, посредники) социализации. Так, К. Ролан-Леви [41] отмечает, что конкретные понятия «деньги», «цена», «бартер» формируются в процессе накопления непосредственного опыта, т.е. в процессе взаимодействия во время покупок в магазине, пользовании автобусом, со сверстниками в школе, а абстрактные – «банковское дело», «инфляция», «валютный обмен» - не только в межличностном общении с близкими и друзьями, но и при непосредственном взаимодействии с банковским учреждением, в процессе приобретения трудового опыта, например, с целью получения прибыли школьники работают на торговых точках по продаже цветов, мороженого, канцелярских товаров и т.д., а также в ходе экономического обучения в школе.

Анализ роли агентов экономической социализации в данном контексте – не случайно, поскольку каждый из них определяет специфику передачи и восприятия информации, заложенной в представлениях, транслируемых обществом. Например, образ богатого или бедного человека в сознании ребенка, безусловно, отличается от того, который имеет место в сказке или представлении бабушки, рассказывающей эту сказку, суждениях родителей о бедных и богатых людях, мультфильме или информационной телепрограмме. В первую очередь потому, что речь идет о разных категориях феноменов – *социальных представлениях* (групповой феномен, актуализирующийся в ситуациях социальных преобразований), *индивидуальных представлениях*

(личностный феномен) и *общественных представлений* (феномен массового сознания как устоявшийся, инвариантный, иногда - мифологический). В данном случае степень изменчивости характеристик образов бедного и богатого человека, транслируемых с общественного и группового уровней на личностный, может рассматриваться как *психологический (когнитивный) показатель экономической социализированности личности*. Можно предположить, что чем больше сходства в наиболее значимых характеристиках образов бедных и богатых сказочных персонажей (общественные представления), реальных людей (социальные представления) и аналогичных индивидуальных представлений у детей, тем выше значения данного показателя. Кроме того, высокие его значения свидетельствуют и о референтности самого источника экономической информации.

Образы бедных и богатых сказочных персонажей и реальных людей как объекты психологических исследований

Общественные представления о бедном и богатом человеке, фиксированные в содержании сказок, вызывают особый исследовательский интерес у специалистов разного профиля. В данной работе не ставилась задача глубокого психологического анализа сказки как особого вида человеческого творчества. Однако нельзя не упомянуть о том, что большинством исследователей принимается мнение о мифологическом происхождении сказок, в первую очередь, волшебных и о животных. Волшебные сказки чаще других становятся объектом исследований филологов, фольклористов и психологов [1, 2, 17, 21, 26, 28]. Последние ориентированы на выявление архетипичного в сказках и их героях, изучение личностных характеристик отдельных персонажей сказок, анализ представлений, отношений детей к данным сказкам и их персонажам [2, 17 и др.]. Волшебные сказки рассматриваются исследователями и как фактор формирования эмоционально-нравственной сферы формирующейся личности [1]. Возможно, именно поэтому данная категория сказок чаще других используется психотерапевтами [2]. Бытовые и кумулятивные сказки реже представляют интерес для психологов, оставаясь объектом изучения других специалистов, т.к. в них практически утрачен элемент мифологичности, идеализированности и т.п.

Проанализировав содержание различных сказок, выяснилось, что в них нет точного указания на интересующие категории людей – бедных и богатых. Не-

возможно также утверждать и наличие архетипов «Бедный» или «Богатый» в русских народных сказках, поскольку принадлежность к богатым или бедным для многих персонажей выступает лишь одной из социальных характеристик, определяющих особенности их поведения. Тем не менее, как указывает Е.М.Мелетинский [21], в качестве центрального героя в сказках любых народов выступают «униженные и оскорбленные»: «демифологизация героя в сказке дополняется часто нарочитым выдвижением в качестве героя «не подающего надежд», социально обездоленного. Гонимого и униженного представителя семьи, рода, селения. Таковы многочисленные бедные сироты в фольклоре меланезийцев горных тибето-бирманских племен... и др. Их обижают сородичи и соседи, а духи (судьба, случай, ситуация...) становятся на их защиту. Хотя различные признаки «низкого героя» (напр., «неумойка», «незнайка», «дурачок»...) имеют большое значение, восходя к ритуально-мифологической семантике, сознательно маркируется именно его социальная обездоленность» [21, с.442]. В русских сказках наравне с «Иванушками-дурачками» присутствуют и «Иваны-царевичи», а общее у них то, что чудесные силы действуют вместо них. «Их (т.е. сил) благоволение к герою обуславливается соблюдением им (героем) определенных, довольно отвлеченных правил поведения, диктующего структуру сказочного поступка, его основной принцип – обязательность положительного ответа на любой вызов, даже ведущий к действию (даже если он исходит от явно враждебного существа): всякое предписание должно быть выполнено, а всякий запрет нарушен» [21, с. 443]. При абстрагировании от обыденных правовых норм поведения, поступки героя могут иметь и морально-этическую характеристику. В этом противоречии - специфичность сказки и ее отличие от мифа. Такая амбивалентность может найти отражение и в сознании читателей или слушателей, воспринимающих сказку, т.е. бедные и богатые ее герои могут рассматриваться ими и как положительные, и как отрицательные персонажи. Безусловно, в этом случае невозможно усматривать влияние информационных посредников, определяемых в данной работе в качестве факторов экономической социализации, так как подобная двойственность заложена в самой сказке.

Социализирующая функция сказки связана с тем социальным опытом, который передается от поколения к поколению, накапливается, но практически не изменяется [2, 26, 28]. Инвариантность содержания, аллегоричность формы сказки позволяет усваивать детям и основные способы поведения в различных ситуациях,

и социальные представления, в том числе, экономические. В процессе знакомства с содержанием сказок, ребенок приобретает ценности и идеалы, знания и опыт, нормы и правила своей культуры и всего человечества. Образы сказочных персонажей, преломляясь сквозь личный опыт, из категории общественных представлений становятся репрезентациями индивидуального сознания, а общечеловеческие ценности и идеалы, носителями которых являются герои сказок, принимаются личностью и переходят в ее внутренний план [1, 9, 17].

Представления о бедных и богатых реальных людях начинают формироваться в раннем возрасте, вместе с системой представлений о себе. Впервые дети сталкиваются с описанием образов бедности и богатства при прослушивании сказок, общении с родителями. Образы богатого царя или бедного рыбака, третьего, обделенного наследством, сына и т.п. лежат в основе представлений детей о неравенстве, социальной справедливости, бедности и богатстве, бедном и богатом человеке и отличаются от представлений о реальном бедном/богатом тем, что носят обобщенный и культурно обусловленный характер. В то время как в представлениях родителей о реальном бедном/богатом человеке, передаваемых ребенку, отражается опыт взаимодействия и идентичность самих родителей.

Начиная примерно с трех лет, ребенок задается вопросом: "Кто Я?". Он опосредствованно участвует в экономических отношениях общества, воспринимая и оценивая других людей как экономических субъектов, но наступает момент, когда, отвечая на этот вопрос, кроме основных характеристик о себе, ребенок включает в эту систему описания и дескриптор "бедный/богатый". Безусловно, он субъективен и во многом отражает оценки его родителей. Но происходит это, с нашей точки зрения, тогда, когда у ребенка появляются карманные деньги и перед ним встает проблема ограниченных/ неограниченных возможностей и потребностей, т.е. когда появляется первый личный опыт обращения с деньгами. Однако данное представление ребенка о себе несет отпечаток и того, как он воспринимает и понимает образы богатых и бедных людей, из чего они складываются, как отражаются на отношении к бедным и богатым людям, бедности и богатству в целом и т.д.

В зарубежной экономической психологии исследования представлений детей о бедном/богатом человеке, бедности и богатстве, социальном неравенстве имеют более длительную историю, чем отечественные. Опираясь на ту или иную теорию, авторы опи-

сывают последовательность в развитии данных представлений; выявляют возрастные и другие различия; устанавливают соответствие детских экономических представлений с доминирующими в обществе, оценивая при этом роль агентов и институтов социализации, принадлежности к социальному классу и т.д.. Так, выделяя стадии в развитии представлений о бедном/богатом человеке, Х. Диттмар (1997) указывает на то, что 6-11-летние школьники опираются на внешние атрибуты (внешний вид, наличие/отсутствие материальных благ) и особенности поведения данных людей (периферическая стадия), 11-14-летние подростки – на их индивидуально-психологические качества, при этом объясняя социальное неравенство различиями в работе, образовании, усилиях и интеллекте (психологическая стадия), и только к 17-ти годам школьники используют социоцентрический принцип в объяснении экономического неравенства (систематическая стадия). Фактически автором прослеживается связь между созреванием когнитивной сферы ребенка и переходом от стадии внешней атрибуции к каузальной стадии развития представлений [7].

Опираясь на теории социальной идентичности и доминантных представлений, Х. Диттмар (1997) делает вывод о том, что подросток «формирует свои представления о других, основываясь на их материальном положении и в соответствии с доминирующими в обществе представлениями. Собственное материальное положение оказывается при этом несущественным фактором» [7, с.31]. То есть, как справедливо замечает А.В. Мудрик (2004), «влияние социальной структуры общества в процессе социализации подрастающих поколений одной из тенденций имеет воспроизводство установок на имущественное и социальное неравенство» [23, с. 82].

Подобные результаты были получены и отечественными психологами [9, 11, 19]. Так, например, в конкретном исследовании Т.В.Дробышевой и И.А.Ивановой было выявлено, что одним из результатов экономической социализации детей можно рассматривать сформированность тех характеристик социальной идентичности, которые основываются на представлениях о себе как субъекте экономических отношений. Результаты показали, что представления детей о других бедных и богатых людях опираются на принятые оценки данных категорий в обществе, а представления о себе как о бедном или богатом человеке определяются идентификацией со своей социально-экономической группой. Возрастные различия в представлениях о бедном и богатом человеке характеризуются особенностями

развития когнитивной сферы школьников и связаны с изменением поля представлений о бедном человеке, путях преодоления бедности, последствий бедности и т.д. Представления о богатом человеке и его влиянии на общество у детей разного возраста (подростки и младшие школьники) не различаются. При этом представления этих же респондентов о бедных людях более реальные, в процессе их формирования дети опираются на личный опыт, "родительские напутствия", а представления о богатых, скорее идеальные, при том что основной источник информации о них - это СМИиК, сверстники и родители [11]. Последнее соотносится и с данными американских психологов [по: 7], которые считают, что школа как институт социализации постепенно ориентирует детей на благоприятное восприятие частной собственности и материального неравенства.

Итак, представления о бедном/богатом человеке как компонент экономического сознания [13, 31-32] формируются в детстве в процессе экономической социализации посредством общения с родителями, сиблингами; в процессе чтения сказок, просмотра детских фильмов и мультфильмов, а также рекламы; в ходе сравнения себя со сверстниками по материальному признаку и являются периферийными в системе представлений об экономическом благополучии и неравенстве, бедности и богатстве как социально-экономических явлениях.

Ценностный механизм формирования представлений о бедном/богатом человеке в процессе экономической социализации

Динамика ценностных ориентаций (ЦО) как условие экономической социализации личности и показатель ее социализированности в системе экономических отношений ранее уже рассматривалась целым рядом авторов [10, 18, 25 и др.]. В данном исследовании фокус интереса находится на ином аспекте исследований вышеуказанного феномена – его *функциях*. Например, в контексте экономического самоопределения ЦО рассматриваются в качестве детерминанты экономической активности личности, которая чувствительна к актуальной социально - экономической ситуации, поэтому выполняет «то функцию стимулирования активности, то функцию эго-защиты» [14, с. 109]. Многофункциональность ЦО заложена в психологической природе феномена – «ценностные ориентации представляют собой результат отражения, осмысления, переживания и оценки личностью предметов и явлений окружающей действительности» [15, с. 33]. Они являются ориентирами в жизни человека; служат основой моти-

вации поведения людей; выполняют роль критерия или стандарта в условиях выбора личностью предмета или отношения из имеющихся альтернатив; обеспечивают консолидацию людей, интеграцию их в сообщества и т.п. [15]. ЦО не только формируются в социуме, но и определяют существование человека в нем.

Взаимосвязь ЦО и социальных или индивидуальных представлений значительно реже становится предметом исследований. В рамках данной работы выявление характера такой связи имеет существенное значение. Ранее уже был поставлен вопрос о функции ЦО в преобразовании информации, поступающей из внешнего мира, в систему субъективных установок, личностных смыслов, индивидуальных представлений, образов явлений и т.д. Подобная же мысль высказана и Р.М.Шамяновым (2006): «взаимосвязь социальных представлений и ценностных ориентаций... отражает особенности субъективной интерпретации, категоризации социальных явлений в зависимости от значимости тех или иных ценностей» [34, с. 238]. Автор указывает на необходимость многопланового анализа этой связи: «от соотнесения значимости ценностей с выраженностью категории до выявления определенных типов взаимосвязи, например, ценностей - целей и ценностей – средств, ценностей социальных отношений и ценностей самопознания, ценностей потребления и роста и т.п.» [34, с. 238] и предполагает, что уже сформированная система ЦО может быть рассмотрена в качестве опосредствующего фактора восприятия внешнего мира: «их *регулятивная* роль заключается в чувствительности к определенным событиям, информации» [34, с. 238].

Включение экономических ценностей (материальной обеспеченности, денег, высокого дохода) в ядро социальных представлений о материальном благополучии рассматривается Т.Фоломеевой [33] как устойчивая тенденция в разных возрастных группах. В модели социальных представлений, разрабатываемых французской школой [20], именно их ядро определяется как связующий и стабилизирующий элемент, который выполняет еще и функцию порождения смысла (посредством центрального ядра создается или трансформируется значение других элементов представления; благодаря ему другие элементы приобретают смысл, значимость). Данное утверждение особенно важно для понимания описываемой далее функции ЦО, именуемой «фильтрацией» и рассматриваемой в модели исследования индивидуальных представлений детей о бедном и богатом человеке. В.А. Хащенко определяет данную категорию представлений как элемент системы

лично опосредствованных экономических представлений (субъективная модель экономического благосостояния человека) [30].

В контексте восприятия индивидом социальной информации, трансформирующейся далее в социальные представления или индивидуальные представления-образы, все выше изложенное позволяет более точно определить роль ЦО в этом процессе. С нашей точки зрения, функция «фильтрации» в процессе восприятия и понимания ребенком экономических объектов и явлений близка по некоторым позициям к «оценочной» функции [15], которая определяет ЦО как критерий или стандарт для выбора личностью определенного предмета или отношения из имеющихся альтернатив.

«Чувствительность» ЦО в процессе восприятия экономических представлений, существующих в обществе или группе, определяет выбор ребенком из поступающей информации (например, при чтении сказки) той ее части, которая обладает для него особой ценностью, значимостью, эмоциональным притяжением. «Связывая» (образуя сеть связей) различные элементы этой информации, ЦО, по сути, изменяют ее, «пропускающая» только определенные ее части в ранее сформированную систему представлений об объекте. Безусловно, в процессе познания происходит изменение и самих ЦО. Подобные идеи присутствуют в когнитивной психологии, психосемантике, психофизиологии и других областях психологического знания. В данном контексте особый интерес представляет модель восприятия информации, транслируемой средствами массовой коммуникации, П.А. Вихалемма (1968), который выделяет несколько уровней восприятия и переработки информации – установки, знания, ценности, мифа. Третий уровень автор связывает именно с воздействиями ЦО: «В результате «рассмотрения» информации через ценностную ориентацию, в свете ее, вырабатывается прагматическое значение, воздействие информации на нас» [4, с. 122]. Включая в предложенную схему два вида психического напряжения – интегрирующее («напряжение решения, разрядки») и разрушающее («напряжение неразрешимости»), - П.А. Вихалемм отмечает, что интегрирующее напряжение есть напряжение ценностной ориентации: «Оно довольно ясно ощущается как осознание ценности воспринимаемой информации, как переживание «значения значения» знака» [4, с. 123], причем спектр этого переживания наблюдается «от смутных оттенков чувств до настоящих переживаний... от неясного ощущения до чувства полного переживания яркости, совершенства, упорядоченности» [4, с. 124] и связан с количеством (объемом) информации,

введенной в действие.

В нашей работе ценностный механизм экономической социализации может быть рассмотрен на примере исследуемых феноменов – *экономических представлений*. Например, в процессе передачи информации о бедном/богатом человеке, заложенной в сказке (уровень общественных представлений), не только формируется знание о поведении, способах зарабатывания, нормах поведения, присущих бедным или богатым, но и отношение к данным категориям. С другой стороны, уже сформированная к соответствующему возрасту система ЦО «фильтрует» информацию о бедных и богатых. Если образ бедного обладает более выраженной эмоциональностью в восприятии ребенка, то его система ЦО образует большее число связей именно с этой информацией. В результате, факторная структура образа бедного в сознании будет содержать меньшее количество характеристик, пропущенных через ценностный «фильтр», чем образ богатого, а содержательные характеристики этих образов в сказке и сознании детей будут различаться. Предполагается при этом, что образ бедного изменится больше образа богатого, поскольку в работу включается и механизм самокатегоризации. Уже сложившееся у детей в данном возрасте представление о себе в континууме «бедный-богатый» в данном случае, возможно, усиливает функцию «фильтрации» ЦО или действует параллельно. Следовательно, чем ниже «контроль» ценностной системы за включением экономического представления, образа экономического явления в структуру индивидуальных представлений, тем выше вероятность того, что данное представление останется без изменения. По всей видимости, данный ценностный механизм должен быть интерпретирован как один из механизмов экономической социализации, а в перспективе – использован для обоснования *ценностного подхода* к ее исследованию.

Формирование представлений у младших школьников о бедном/богатом человеке: программа эмпирического исследования

Представления о богатом/бедном персонаже сказок в сознании ребенка трансформируются и соотносятся с теми образами богатых и бедных людей, которые формируются у него в процессе непосредственного взаимодействия. Т.е. личный опыт общения с бедными/богатыми людьми, а также потребность в идентификации себя как бедного или богатого приводит к тому, что образы бедного/богатого в сознании в большей степени соответствуют характеристикам реального чело-

века, чем идеального, представленного в сказках. При этом ЦО личности, играя роль «фильтров» в процессе восприятия детьми информации о бедном/богатом из сказок, способствуют пониманию степени опосредствованности представлений личности общественным знанием. Данные суждения, сформулированные в виде предположения, стали основанием для проведения эмпирического исследования, целью которого явилось изучение представлений о бедном/богатом сказочном персонаже и реальном человеке у детей младшего школьного возраста.

Теоретическая модель данного исследования (рис.1) наглядно демонстрирует основные позиции и направления анализа. Следует отметить, что в контексте изучения социально-психологических факторов экономической социализации очень важно рассмотреть соотношение разных информационных каналов, опосредствующих формирование представлений о бедном/богатом как элементов экономического сознания, а также функцию ЦО личности в этом процессе.

Книги для дополнительного чтения на уроках, в которых опубликованы используемые сказки, можно рассматривать, *во-первых*, как средство массовой коммуникации (СМК) – «техническое средство, с помощью которого осуществляется распространение информации (знаний, духовных ценностей, моральных и правовых норм и т.п.) на количественно большие рассредото-

ченные аудитории» [23, с.238].

Во-вторых, содержание сказок, читаемых детьми при подготовке к урокам дома и на уроках в школе, может быть отнесено и к когнитивной составляющей такого фактора социализации как «Школа», поскольку передача информации, содержащейся в сказках, носит не стихийный, а целенаправленный характер. По содержанию такая информация уже структурирована, организована и опосредствована личностью передающего ее педагога как агента социализации. Именно данный факт объединяет эти два социализирующих посредника – СМИиК и Школу. Сравнивая особенности информации в СМИиК, по сравнению с межличностным общением, можно отметить, что последняя уподобляется информации, предлагаемой в школьных учебниках. Действительно, в отличие от обыденных знаний об окружающем мире, формализованные представления составляют научно-организованный уровень сознания человека. Выбор посредника здесь зависит от ряда индивидуально - и социально-психологических характеристик человека, в первую очередь, его ЦО.

Таким образом, *предметом* данного исследования стали различия в представлениях о бедном и богатом человеке, определяемые влиянием разных факторов: внешних (школа, родители) и внутренних (личный опыт, ЦО, показатели субъективной экономической идентичности). Анализ таких различий осуществлялся

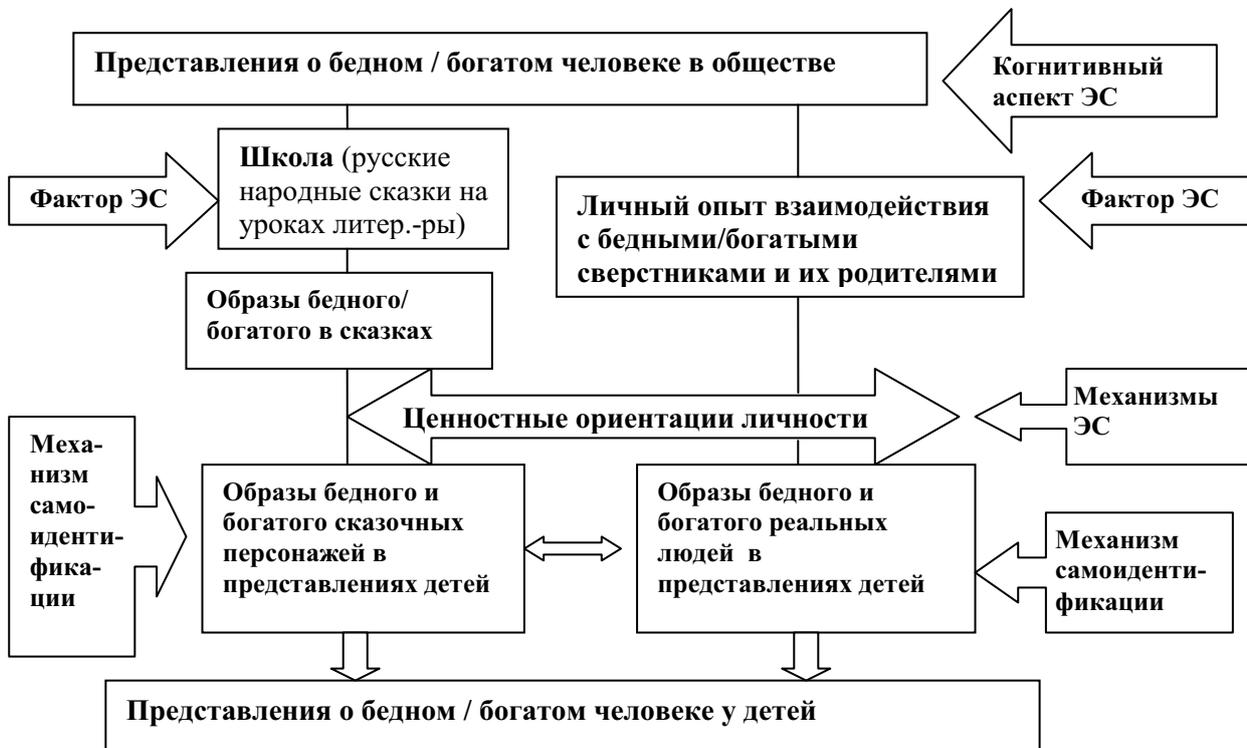


Рис. 1. Модель социально-психологического исследования представлений детей о бедном и богатом человеке.

через сравнение разных видов представлений: индивидуальных и социальных (сказочные герои и реальные люди) как элементов экономического сознания детей и образов бедных и богатых, персонажей, содержащихся в сказках.

В качестве *объекта* исследования выступили: русские народные сказки (40 сказок, разделенных на 4 группы: кумулятивные, волшебные, бытовые и сказки о животных) и экономические представления школьников (118 чел.) 9-10-летнего возраста (выровненных по полу).

Программа исследования включала несколько этапов.

На *первом этапе* был проведен контент - анализ русских народных сказок, опубликованных в сборниках, предназначенных для дополнительного чтения детьми при подготовке к урокам чтения.

Основной целью анализа сказок стало выявление списка личностных характеристик, встречающихся при описании образов бедного и богатого персонажей. При этом принимались во внимание как положительные, так и отрицательные характеристики, которые рассматривались не как разные полюса одного качества личности, а как относительно самостоятельные. Это было сделано для того, чтобы выяснить, каких характеристик - положительных или отрицательных - больше содержится в русских народных сказках при описании соответствующих образов сказочных героев. При чем само указание на имущественное или материальное различие персонажей сказки должно было содержаться в основном ее контексте.

Четыре вида сказок, включенных в исследование (по 10 каждого вида), различались по целому ряду характеристик: персонажам, построению сюжетной линии, фабуле и т.п. Выбор именно таких видов сказок был не случаен. В каждой семье предпочитают знакомить детей с теми сказками, которые рассказывали взрослым их родители или бабушки и дедушки. Среди них есть и авторские, и народные, которые по ряду признаков относят к следующим видам: сказки о животных, кумулятивные (сказки-цепочки), бытовые, волшебные. Сказать точно, какого вида сказки предпочитают родителями, бабушками, дедушками в той или иной семье, без специального исследования невозможно. Поэтому с целью нивелирования роли предварительного знания сказочного материала школьниками, на уроках чтения в начальной школе читали сказки всех выше перечисленных видов. Причем данный вид учебной работы представлял собой обязательный элемент программы,

реализуемой на уроках литературы, т.е. экспериментальная ситуация не нарушала естественного хода обучения.

На *втором этапе* - выделенные характеристики образов бедных/богатых персонажей и реальных людей были представлены в качестве шкал семантического дифференциала и предложены школьникам для оценки соответствующих образов. Полученные данные были обработаны с помощью факторного анализа. Провели сравнительный анализ представленности личностных характеристик у героев сказок и в сознании детей, а также сравнили факторные структуры представлений о бедных/богатых сказочных персонажах и реальных людях. Отдельно выявлялись различия в содержании и факторной структуре представлений о бедных (сказочных и реальных) и богатых (сказочных и реальных) людях.

Третий этап исследования включал работу по выявлению связей между характеристиками бедного/богатого в представлениях о сказочных персонажах и реальных людях, с одной стороны, и ЦО детей. С этой целью применялась методика Н.А.Волковой [5], включающая 64 ценности, разделенные на 8 типов: соматические, эмоциональные, волевые, нравственные, интеллектуальные, материальные, культурные, ценности других людей и общества.

И, наконец, на *четвертом этапе* выявлялись связи показателей самоидентификации школьников в континууме «бедный-богатый», которые рассматривались в качестве дополнительной переменной, а также их представлений о том, как другие люди их воспринимают – как бедных или богатых, и личностными характеристиками образов бедного и богатого, включенными в факторные структуры представлений.

План данного исследования включал экспериментальную ситуацию, которая позволила нивелировать влияния уже сложившихся представлений школьников, «снять» эффекты различных социальных микросред (семьи, системы воспитания и т.п.). Несмотря на то, что вся работа проводилась на одной выборке, измерялись и сравнивались различные когнитивные характеристики – индивидуальные, социальные, общественные представления о бедном и богатом человеке как элементы сознания личности и группы. Безусловно, априорно можно рассуждать о влиянии сказки как источника представлений школьников о бедных/богатых сказочных персонажах, но невозможно точно установить, что и в какой степени определяет содержание представлений о бедных/богатых реальных людях – личный опыт

взаимодействия, оценки родителей или общественное мнение? Требовалась специальная программа с включением экспериментального плана, но тот факт, что все исследование проводилось на одной группе респондентов, осложнял выбор конкретного плана исследования. Соблюдалось лишь правило «стратифицированной рандомизации», когда группа респондентов отбиралась случайным образом. Однако если принять, что в качестве групп будут выступать совокупности не людей, а когнитивных феноменов – представлений о бедных/богатых сказочных персонажах (как элементы общественного и индивидуального сознания) и социальных представлений о бедных/богатых реальных людях, то можно говорить об определенном экспериментировании в исследовании экономического сознания.

Итак, в ходе работы *сравнивались* следующие переменные:

1. личностные характеристики образов бедных и богатых персонажей сказок с аналогичными в индивидуальном сознании школьников; при этом выявлялись различия в структурах образов бедных и богатых;

2. личностные характеристики образов бедных и богатых реальных людей с индивидуальными представлениями о бедных и богатых персонажах сказок; анализировались различия в структурах образов сказочного и реального бедного; аналогично рассматривались различия в структурах образов богатого;

3. выявили связи типов и отдельных ЦО личности школьников с характеристиками изучаемых представлений;

4. определили наличие связей прямых и рефлексивных оценок школьников по шкале «Я как бедный/богатый» с характеристиками разных изучаемых представлений.

Методы исследования включали: методику изучения ЦО личности младших школьников Н.А.Волковой (в модификации Т.В.Дробышевой), подробное описание процедуры модификации которой опубликовано [10].

Метод контент-анализа, соответствующий задачам первого этапа исследования, был ориентирован на анализ русских народных сказок, изучаемых школьниками на уроках внеклассного чтения в 1-4-х классах общеобразовательной школы. Следует отметить, что выбор самих сказок определялся по нескольким критериям: разные виды сказок, русские народные (не авторские) и соответствие возрастным особенностям. Были отобраны сказки, опубликованные в учебных пособиях, с которыми дети знакомились на уроках лите-

ратуры.

Применение данного метода в исследовании, как было сказано выше, преследовало две основных задачи: выявление содержательных характеристик образов бедных/богатых, отраженных в русской народной сказке, и определение совокупности наиболее выраженных качеств личности. На пилотажном этапе работы из текстов русских народных сказок были выписаны фразы или отдельные слова, которые служили вербальным выражением выделенных характеристик. После выявления ключевых слов, словосочетаний с помощью экспертов устанавливали синонимичность, либо семантическое сходство фраз, высказываний выделенным индексам. В результате сохранили 28 индексов – положительные и отрицательные характеристики личности, используемые в русских народных сказках для описания образов бедных и богатых персонажей: трудолюбивый, старательный, предприимчивый, умный, добрый, благодарный, отзывчивый, честный, равнодушный к богатству, с чувством юмора, расчетливый, жаждущий денег и т.п..

Итак, методика контент-анализа включала 4 основных *категории*: А – волшебные сказки, Б – кумулятивные сказки, В – сказки о животных, Г – бытовые сказки и 2 *подкатегории*: 1 - богатый, 2 - бедный. Количественными *единицами* контент-анализа стали отдельные слова, фразы, короткие предложения в тексте сказки, которые содержали личностные характеристики бедных и богатых сказочных персонажей. Частота упоминаний категорий и подкатегорий в единицах контекста фиксировалась как сплошная, терминологическая, так как в данной работе важно было просчитать все проявления индикаторов, характеризующих социально-психологический портрет бедных и богатых персонажей в русских народных сказках. Общий объем материала, посвященного различным категориям и подкатегориям, подсчитывался по количеству единиц.

Метод семантического дифференциала (СД), который получил широкое применение в исследованиях, связанных с социальным восприятием человека, анализом социальных установок и личностных смыслов. В данной работе СД использовался с целью определения субъективной значимости образов бедных/богатых сказочных персонажей и реальных людей, предлагаемых для восприятия детям младшего школьного возраста.

Оценивались значения четырех понятий: «бедный сказочный персонаж», «богатый сказочный персонаж», «бедный человек (реальный)», «богатый человек (реальный)» по 20-ти шкалам СД, в качестве которых

выступили наиболее значимые личностные характеристики сказочных персонажей, выявленные в процессе контент-анализа русских народных сказок. Для того, чтобы дети не переносили оценки, категорий сказочных персонажей на категории реальных людей, исследуемые пары понятий предъявлялись не одновременно, а через две недели. Процедура измерения была классической. Испытуемые шкалировали понятия по семизначным шкалам СД. На основании сходства оценок была построена матрица расстояний шкал, которая затем подвергалась процедуре факторного анализа.

Вместо заключения

В процессе изучения представлений о бедном и богатом человеке как компоненте экономического сознания формирующейся личности любой исследователь сталкивается с рядом трудностей. В первую очередь, возникают сложности в построении такого исследовательского плана, который, с одной стороны, решал бы вопрос о валидности полученных данных (т.е. по некоторым характеристикам приближался к экспериментальному), а с другой - применялся бы на разных группах когнитивных феноменов, а не респондентов. Речь идет о таких феноменах, как индивидуальные представления - образы, социальные и общественные представления, которые отличаются между собой не только источниками формирования, но и структурой, содержанием, а также их представленностью на разных уровнях сознания. Формирование индивидуальных представлений - образов экономических явлений, в данном случае, представлений о бедном/богатом человеке, безусловно, не может быть рассмотрено как линейная связь с одним из источников - представлениями родителей о данной категории людей или общественными представлениями, содержащимися в народных сказках и т.п. Многоуровневая и сложно организованная детерминация индивидуальных представлений характеризуется их трансформацией представлений с одного уровня на другой, включением в содержание образов информации и оценок из самых разных источников и т.д. Изучение особенностей такой детерминации требует дальнейшей разработки экспериментальных планов исследований в области экономической психологии.

Литература

1. *Алексеевкова Е.Г., Андреева В.Н.* Зависимость эмоционального отношения дошкольников к персонажам сказки и ее композиции // Вопросы психологии. 2006. №6. С. 39- 47.
2. *Вачков И.В.* Сказкотерапия: развитие самосознания через психологическую сказку. – М.: Ось-89, 2001.
3. *Вахитова З.З., Доценко Е.Л.* Исследование структуры обыденного экономического сознания // Экономическая психология: актуальные теоретические и прикладные проблемы: Материалы второй научно-практической конференции. – Иркутск: Изд-во ИГЭА, 2001. С. 102-106.
4. *Вихаремм П.А.* О некоторых предполагаемых закономерностях при восприятии массовых коммуникаций // Ценностные ориентации личности и массовая коммуникация. – Тарту, 1968. С. 105 – 133.
5. *Волкова Н.А.* Динамика ценностных ориентаций в структуре личностных характеристик у школьников: Дисс... канд. психол. наук. – Л., 1983.
6. *Дейнека О.С.* Символизация денег: опыт эмпирического исследования // Проблемы экономической психологии / Отв. ред. А.Л. Журавлев, А.Б. Купрейченко. – М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2004. Т.1. С. 207-241.
7. *Диттмар Х.* Экономические представления подростков // Иностранная психология. 1997. №9. С.25-36.
8. *Дробышева Т.В.* Изменение субъективной семантики социально-экономических понятий у детей в условиях обучения основам экономических знаний // Социальная психология экономического поведения. – М.: Наука, 1999. С. 213 – 224.
9. *Дробышева Т.В.* Ценностные ориентации и социально-экономические представления младших школьников о бедном/богатом сказочном персонаже // Психология образования: культурно-исторические и социально-правовые аспекты: Материалы III Национальной научно-практической конференции. Т.1. – М., 2006. С. 172-173.
10. *Дробышева Т.В., Журавлев А.Л.* Исследование раннего экономического образования как фактора экономической социализации (на примере ценностных ориентаций) // Проблемы экономической психологии. – М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2004. Т.1. С. 412 – 444.
11. *Дробышева Т.В., Иванова И.А.* Социально-экономические представления о бедном и богатом человеке у детей младшего и среднего школьного возраста

// Психология образования: проблемы и перспективы: Материалы 1-ой международной научно-практической конференции. – М.: Смысл, 2004. С. 125-126.

12. Журавлев А.Л. Взаимодействие социально-психологических и социально-экономических феноменов в изменяющемся обществе // Социально-психологическая динамика в условиях экономических изменений. – М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 1998. С. 11 – 37.

13. Журавлев А.Л., Журавлева Н.А. Программа социально-психологического исследования экономического сознания личности // Современная психология: состояние и перспективы исследований. – М.: Изд-во "Институт психологии РАН", 2002. Ч.5. С. 11 - 41.

14. Журавлев А.Л., Купрейченко А.Б. Экономическое самоопределение: теория и эмпирические исследования. – М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2007. 480 с.

15. Журавлева Н.А. Динамика ценностных ориентаций личности в российском обществе. – М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2006. 335 с.

16. Журавлева Е.В. Динамика экономических представлений работников в условиях приватизации их предприятий (по материалам прессы) // Социальная психология экономического поведения. – М.: Наука, 1999. С. 83-97.

17. Зинина С.М. Елена Премудрая в сказке и жизни: опыт психологической интерпретации сказочного образа // Семейная психология и семейная терапия. 2006. №4. С. 107- 113.

18. Истошин И.Ю. Ценностные ориентации в личностной системе регуляции поведения // Психологические механизмы регуляции социального поведения /Отв. ред. М.И.Бобнева, Е.В.Шорохова. – М.: Изд-во «Наука», 1979. С.252-267.

19. Егорова М.С., Пьянкова С.Д. Деньги и богатство в восприятии современных подростков // Экономическая психология: актуальные теоретические и прикладные проблемы: Материалы шестой научно-практической конференции. – Иркутск: Изд-во БГУЭП, 2005. С. 96-99.

20. Емельянова Т.П. Конструирование социальных представлений в условиях трансформации российского общества. – М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2006.

21. Мифы народов мира: Энциклопедия. Т.2. – М: Советская энциклопедия, 1982. С. 441-444.

22. Московичи С. Социальное представление: исто-

рический взгляд // Психологический журнал. Т. 16. 1995. №2. С.3-14.

23. Мудрик А.В. Социализация человека. – М.: Издательский центр «Академия», 2004.

24. Попов В.Д. Экономическое сознание: сущность, формирование и роль в социалистическом обществе. – М.: Мысль, 1981.

25. Пробст Л.Э. Влияние основных субъектов социализации на формирование ценностных ориентаций детей: Дисс... канд. социол. наук. – Екатеринбург, 1997.

26. Пропн В.Я. Русская сказка. – М.: Лабиринт, 2000.

27. Розум С.И. Психология социализации и социальной адаптации человека. – СПб.: Речь, 2006.

28. Смирнова Н.А. Психологические особенности русской волшебной сказки // Российский менталитет: вопросы психологической теории и практики. – М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 1997. С. 281 – 312.

29. Уэбли П. Понимание детьми экономических явлений // Проблемы экономической психологии. – М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2005. Т.2. С. 146-177.

30. Хащенко В.А. Социально-психологические детерминанты экономической идентичности личности // Проблемы экономической психологии. – М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2005. Т.2. С. 513- 556.

31. Хащенко В.А., Шибанова Е.С. Представления о бедном и богатом в различных социально-экономических группах // Современная психология: состояние и перспективы исследования. – М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2002. Ч.2. С.332-246.

32. Хащенко В.А., Шибанова Е.С. Представления о богатстве и бедности в различных социально-экономических условиях жизни: региональный аспект // Проблемы экономической психологии. – М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2005. Т.2. С. 476-510.

33. Фоломеева Т.В. Экономические ценности в структуре социальных представлений о благополучии разных возрастных групп // Проблемы экономической психологии. – М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2005. Т.2. С. 433-475.

34. Шамионов Р.М. К вопросу о взаимосвязи социальных представлений и ценностных ориентаций учащейся молодежи // Психология образования: культурно-исторические и социально-правовые аспекты. Материалы III Национальной научно –практической конференции. – М., 2006. Т.1. С. 237-239.

35. Щедрина Е.В. Исследования экономических

представлений у детей // Вопросы психологии. 1991. №2. С. 157-164.

36. *Berti A.E., Bombi A.S., De Beni R.* The development of Economic notions: single sequence of separate questions // *Journal of Economic Psychology*. 1986. V.7. № 4. pp. 415-424.

37. *Brusdal R.* Norwegian children's descriptions of the consequences of poverty and wealth // *Journal of Economic Psychology*. 1990. V.11. №4. pp.545-556.

38. *Furnham A.* School children's perception of economic justice: cross-cultural comparizon // *Journal of Economic Psychology*. 1987. V.8. №4. pp. 457-467.

39. *Journal of Economic Psychology*. Special Issue on "Economic Socialization". 2006. V. 27 (1). pp. 6-19, 20-35, 36-56.

40. *Leiser D.* Children's conceptions of economics: The constitution of a cognitive domain // *Journal of Economic Psychology*. 1983. V.4. №2. pp. 297-317.

41. *Roland-Levy C.* Economic socialization: basis for international comparisons // *Journal of Economic Psychology*. 1990. V.11. №4. pp. 469-482.