

## ПРЕДСТАВЛЕНИЯ О БЕДНОМ И БОГАТОМ ЧЕЛОВЕКЕ КАК ФЕНОМЕН ЭКОНОМИЧЕСКОГО СОЗНАНИЯ ФОРМИРУЮЩЕЙСЯ ЛИЧНОСТИ

© 2011 г. А. Л. Журавлев\*, Т. В. Дробышева\*\*

\* Член-корреспондент РАН, доктор психологических наук, профессор,  
директор Учреждения Российской академии наук Института психологии РАН, Москва

\*\* Кандидат психологических наук, научный сотрудник, там же

Анализируются результаты теоретико-эмпирического исследования представлений о бедном/богатом реальном человеке и сказочном персонаже у формирующейся личности (на примере младших школьников). Представлены методологические основы исследования феноменов экономического сознания (в частности, ценностный подход). Выявлены различия в структуре представлений о реальном и сказочном бедном/богатом человеке. Показаны отличия в индивидуальных представлениях о бедном/богатом сказочных персонажах, а также в индивидуальных представлениях о сказочных и реальных бедных/богатых людях. Обнаружено большее сходство между образами бедных/богатых сказочных персонажей, чем реальных людей. Установлено влияние различных источников информации на формирование образов как сказочных, так и реальных бедных и богатых людей в представлениях школьников.

*Ключевые слова:* представления, экономическое сознание, образы бедного и богатого сказочных персонажей и реальных людей, формирующаяся личность, экономическая социализация.

Феномены экономического сознания и самосознания являются предметом не только экономико- и социально-психологических исследований [8, 14, 17, 32, 33, 35], но и собственно психологических [3 и др.] и экономических [26 и др.]. Выделяя в содержании экономического сознания различные компоненты и уровни их организации, разные авторы отводят значимое место *представлениям* о новых экономических феноменах, получивших наибольшее распространение в период социальных изменений в российском обществе. К их числу относятся, например: современное предпринимательство, разнообразные формы собственности, приватизация, реклама, новая экономическая стратификация и др., а также возрастающие роли материального достатка в отношениях между людьми и т.п. Причем процесс формирования в обществе представлений о таких явлениях, скорее всего, происходил не одновременно с породившими их преобразованиями, так как на осознание и принятие нововведений, перестройку отношения к ним и собственно формирование представлений о них необходимо время. Возможно, именно этими обстоятельствами обусловлен тот факт, что большинство отечественных исследований психологических феноменов бедности/

богатства и бедного/богатого человека, отношения к экономическим неравенству, благополучию и т.п. проводились в конце XX – начале XXI вв., а не раньше. К этому времени социальные группы, дифференцированные по экономическим признакам, не только уже реально сформировались, но и стали для значительного числа людей основой самокатегоризации [6, 9–11, 16, 32–35]. *Функция* экономических представлений стала рассматриваться исследователями с позиции адаптации личности к окружающему экономическому миру [21, 33–35] в соответствии с тезисом С. Московичи, утверждавшим, что основной мотив формирования социальных представлений – это “желание свыкнуться со странным” [24, с. 9]. Такой подход правомерен, в первую очередь, по отношению ко взрослым, сформировавшимся личностям.

Аналогичные представления детей, подростков и юношей изучаются в рамках *экономической социализации* как одного из разделов экономической психологии. Их формирование опирается на информацию, получаемую из сказок, фольклора, традиций, обычаев, а передача и усвоение осуществляется в процессе общения с родителями, сверстниками (обыденные представления), под влиянием школы (формализованные научные по-

нения) и СМИ. Основной акцент при этом ставится не столько на адаптацию к окружающему миру, сколько на формирование активной позиции личности, ориентированной на познание и преобразование социального мира (в том числе экономического). Ведь именно активность как свойство субъекта, проявляемое, например, через высокие показатели волевого самоконтроля, рассматривается в качестве одного из условий экономической социализации.

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 меняется в течение всей жизни человека. Социальное познание детьми явлений и объектов экономического мира непосредственно связано с системой ценностей, которую общество транслирует посредством различных институтов социализации. Усваивая систему экономических ценностей и идеалов, накапливая экономический опыт и активно преобразуя его, индивид становится экономическим субъектом конкретного общества.

В контексте данной работы важно определить источники информации, на основе которых формируются общественные представления о бедном/богатом человеке. Особый интерес в качестве такого источника представляют сказки. Анализируя различные подходы к пониманию природы сказки и ее связи с реальностью, В.А. Кольцова делает вывод о том, что “сказки определяются как феномен коллективной психологии, отражение психологических характеристик народа, его воззрений на разные стороны бытия мира и человека” [22, с. 142]. Интересно, что из всех видов сказок, имеющих место в культуре любого народа: бытовых, кумулятивных, сказок о животных, волшебных – содержание последних, по мнению исследователей, носит интернациональный характер [22]. Опираясь на данное утверждение, можно предположить, что другие упомянутые виды сказок, наоборот, сохраняют элементы национальной идентичности, отражая традиции и обычаи конкретной культуры, психологии конкретного народа. Следовательно, индивидуальные представления детей о сказочных бедняке и богаче будут нести в себе отраженные элементы национальной культуры, отношения (в частности, русского народа) к этим категориям людей.

Индивидуальные представления формирующейся личности о реальных бедных и богатых людях эмоционально заряжены и выступают основой для самокатегоризации личности на кон-

тинууме “бедный–богатый”. Их формирование определяется не только общественным мнением или мнением сверстников, но и возрастом, жизненным опытом, экономическим и социальным статусом, социокультурными и групповыми нормами, ценностями и идеалами. Когнитивная простота или сложность изучаемых образов – результат влияния многомерной и многоуровневой системы взаимоотношений личности и общества.

### МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИССЛЕДОВАНИЯ ФЕНОМЕНОВ ЭКОНОМИЧЕСКОГО СОЗНАНИЯ ФОРМИРУЮЩЕЙСЯ ЛИЧНОСТИ

В качестве основных направлений теоретико-методологического анализа были выбраны следующие аспекты: 1) представления детей об экономических явлениях и объектах как элементы экономического сознания формирующейся личности; 2) образы бедных и богатых сказочных персонажей и реальных людей как объекты психологических исследований; 3) роль ценностных ориентаций (ЦО) в формировании представлений о бедном/богатом человеке.

*Познание детьми экономического мира взрослых как средство экономической социализации* изучается как в зарубежной, так и в отечественной экономической психологии посредством предметного анализа экономических представлений детей и подростков.

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” [29, с. 261]. А.В. Мудрик 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. [25]. Автор полагает, что “с помощью этих средств поведение человека приводится в соответствие с принятыми в данной культуре образцами, нормами, ценностями” [там же, с. 32]. Такого же мнения придерживается и С.И. Розум, выделяя, вслед за Я.И. Глинским и Ж. Пиаже, в качестве средств социализации: правила, ценности и знаки, которые способству-

ют достижению основной цели социализации – формированию “сходных для всех субъектов психических феноменов – образов восприятия, представлений, понятий, а также производимых над ними операций” [29, с. 263].

Обобщая 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 таких средств, как нормы, ценности и язык, ребенок достигает некоторого соответствия с окружающим его миром экономических отношений. Данный подход, безусловно, лишь частично объясняет сложный процесс экономической социализации детей. В соответствии с этим подходом, можно выделить три основных элемента: экономическая социализация – представления – ценности. Влияние последних, по нашему мнению, может выступать не столько средством, сколько *механизмом*, т.е. тем психическим процессом, который “обеспечивает преобразование (передачу) того, что воспринимается субъектом в его внутреннее содержание” [29, 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 (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 насчитывают не одну сотню работ и проводятся преимущественно в рамках теоретического направления, которое условно обозначается как “когнитивное” [31, 37–43]. Наряду с двумя другими направлениями (“поведенческим” и “факторным”) 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 современных зарубежных исследований в данной области чаще всего становится познание детьми содержания 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. [7, 31, 37–43].

В рамках данного направления и в зависимости от того, на какой конкретный научный подход опирается тот или иной исследователь, формирование представлений об экономических феноменах рассматривается в соответствии либо с теорией когнитивного развития Пиаже (при этом акцент делается на выделении стадий и активности самого ребенка в познании и т.д.), либо – социального конструктивизма или социального научения (чаще всего подчеркивается влияние окружающей среды на развитие ребенка) и др. Более прикладной характер носит использование теорий социальной идентичности и доминантных представлений. Разрешение концептуальных расхождений строится через выделение представителями каждой из теорий интересующих их аспектов исследования. Так, в результате сопоставления позиций приверженцев теорий социального научения и когнитивного развития отмечается, что первая модель подчеркивает внутриспсихические различия по мере роста ребенка, а вторая – описывает различия между детьми одного возраста [43].

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 согласованного мнения относительно специфики, взаимозависимости и влияния внешних (социальной среды) и внутренних (мотивов, потребностей, когниций и т.д.) детерминант экономического развития ребенка в зарубежной экономической психологии не наблюдается. Только в последнее десятилетие сторонники когнитивного подхода пытаются найти общие позиции в понимании исследуемого феномена в целях 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 факторное направление 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 достоверных результатов.

Построение когнитивных систем экономического сознания детей в зависимости от их сложности опирается на различных агентов (каналы, посредники) социализации. Так, К. Ролан-Леви [43] отмечает, что конкретные понятия (“деньги”, “цена”, “бартер”) формируются в процессе накопления непосредственного опыта, т.е. в процессе взаимодействия во время покупок в магазине, пользования 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 собственного трудового опыта, а также в ходе экономического обучения в школе.

Анализ роли агентов экономической социализации в данном контексте не случаен, 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 представлениях* (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 свидетельству-

ют и о референтности самого источника экономической информации.

*Образы бедных и богатых сказочных персонажей и реальных людей как объекты психологических исследований* изучаются на индивидуальном, групповом и социетальном уровнях анализа.

Общественные представления о бедном и богатом человеке, зафиксированные 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 большинство исследователей разделяют 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, 18, 22, 23, 28, 30]. Психологические исследования ориентированы на выявление архетипического в сказках и их героях, изучение личностных характеристик отдельных персонажей, анализ отношений детей к данным сказкам и их персонажам [2, 18, 30 и др.]. Волшебные сказки рассматриваются исследователями и как фактор развития эмоционально-нравственной сферы формирующейся личности [1]. Возможно, именно поэтому данная категория сказок чаще других используется психотерапевтами [2 и др.]. Бытовые и кумулятивные сказки реже представляют интерес для психологов, оставаясь объектом изучения других специалистов, т.к. в них практически утрачен элемент мифологичности и идеализированности.

При анализе содержания различных сказок выяснилось, что в них нет точного указания на интересующие нас категории людей – бедных и богатых. Невозможно также констатировать и наличие в русских народных сказках архетипов “бедный” или “богатый”, 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 [23], в качестве центральных героев в сказках любых народов выступают “униженные и оскорбленные”: «демифологизация героя в сказке дополняется часто нарочитым выдвиганием 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» [23, с. 442]. В русских сказках наравне с Иванушками-Дурачками присутствуют и Иваны-Царевичи, а общее у них то, что вместо персонажей действуют чудесные силы: “Их благоволение к герою обуславливается соблюдением им 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” [23, 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. ее бедные и богатые герои могут рассматриваться 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 из поколения в поколение, накапливается, практически не изменяясь [2, 28, 30]. Инвариантность содержания и аллегоричность формы сказки позволяют детям усваивать основные способы поведения в различных ситуациях, а также 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 человечества в целом. 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, 18].

Представления о бедных и богатых реальных людях начинают формироваться в раннем возрасте совместно 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, это представление субъективно и во многом отражает оценки родителей. 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 в отечественной. Опираясь на ту или иную теорию, авторы описывают 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 указывает на то, что 6–11-летние школьники опираются на внешние атрибуты (внешний вид, наличие/отсутствие материальных благ) и особенности поведения людей (периферическая стадия); 11–14-летние подростки – на их индивидуально-психологи-

ческие 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 кауальной стадии развития представлений [7].

Опираясь на теории социальной идентичности и доминантных представлений, Х. Диттмар 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, “влияние социальной структуры общества в процессе социализации подрастающих поколений одной из тенденций имеет воспроизводство установок на имущественное и социальное неравенство” [25, с. 82].

Подобные результаты были получены и другими отечественными психологами [9, 11, 20]. Так, например, в эмпирическом 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, связаны с изменением поля представлений о бедном человеке, путях преодоления бедности, ее последствий и т.д. Представления о богатом человеке и его влиянии на общество у детей разного возраста (подростков и младших школьников) практически не различаются. При этом представления этих же респондентов о бедных людях более реальны. В процессе их формирования дети в большей степени опираются на личный опыт, родительские напутствия, а представления о богатых скорее идеализированные, при том что основной источник информации о них – это СМИ,

сверстники и родители [11]. Последнее в какой-то степени соотносится и с данными американских психологов [7], которые считают, что школа как институт социализации постепенно ориентирует детей на благоприятное восприятие частной ответственности и материального неравенства.

Итак, представления о бедном/богатом человеке как компонент экономического сознания [14, 33, 34] формируются в детстве в процессе экономической социализации посредством общения с родителями, сиблингами и др.; при чтении сказок, просмотре детских фильмов и мультфильмов, а также рекламы; в ходе сравнения себя со сверстниками по материальному признаку. Они 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* выявлялся через анализ функций ценностных ориентаций (ЦО).

Динамика ЦО как условие экономической социализации личности и показатель ее социализированности в системе экономических отношений ранее уже рассматривалась целым рядом авторов [10, 19, 26 и др.]. В данном исследовании нас интересует иной аспект вышеуказанного феномена – его *функции*. Например, в контексте экономического самоопределения ЦО рассматриваются в качестве детерминанты экономической активности личности, которая чувствительна к актуальной социально-экономической ситуации, поэтому выполняет функцию как стимулирования активности, так и Эго-защиты [15, с. 109]. Многофункциональность ЦО заложена в психологической природе феномена, представляя собой “результат отражения, осмысления, переживания и оценки личностью предметов и явлений окружающей действительности” [16, с. 33]. Они являются ориентирами в жизни человека, служат основой мотивации поведения людей, выполняют функцию критерия или стандарта в условиях выбора личностью предмета или отношения из имеющихся альтернатив, обеспечивают консолидацию людей, интеграцию их в сообщества и т.п. [16]. ЦО не только формируются в социуме, но и во многом 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 мысль высказана и Р.М. Шамионовым: «Взаимосвязь социальных представлений и ценностных ориентаций... отражает особенности субъективной интерпретации, категоризации социальных явлений в зависимости от значимости тех или иных ценностей» [36, 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.» [там же], а также предполагает, что уже сформированная система ЦО может быть рассмотрена в качестве опосредствующего фактора восприятия внешнего мира, т.к. «их *регулятивная роль* заключается в чувствительности к определенным событиям, информации» [там же].

Включение экономических ценностей (материальной обеспеченности, денег, высокого дохода) в ядро социальных представлений о материальном благополучии рассматривается Т. Фоломеевой как устойчивая тенденция в разных возрастных группах [35]. В модели социальных представлений, разрабатываемых французской школой [21], 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, приобретающих благодаря ему смысл, значимость). Данное утверждение особенно важно для понимания описываемой далее функции ЦО, называемой «фильтрацией» и рассматриваемой в модели исследования индивидуальных представлений детей о бедном и богатом человеке. В.А. Хащенко определяет данную категорию представлений как элемент системы личностно опосредствованных экономических представлений (субъективная модель экономического благосостояния человека) [32].

В контексте восприятия индивидом социальной информации, трансформирующейся далее в социальные представления или индивидуальные представления-образы, все вышеизложенное 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 [16], которая определяет ЦО как критерий или стандарт для выбора личностью определенного предмета или отношения из имеющихся.

Чувствительность ЦО в процессе восприятия экономических представлений, существующих в обществе или группе, определяет выбор ребенком той части поступающей информации (например, при чтении сказки), которая обладает для него особой ценностью, значимостью, эмоциональным притяжением. Связывая (образуя сеть связей) различные элементы этой информации, ЦО, по сути, изменяют ее, пропуская 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 особенно интересна предложенная П.А. Вихалеммом модель восприятия информации, транслируемой средствами массовой коммуникации. Автор выделяет несколько уровней ее восприятия и переработки: установки, знания, ценности, мифы. Третий уровень связывается им 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]. Спектр этого переживания распространяется «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 жизни, способах зарабатывания денег, о присущих бедным или богатым людям нормам поведения, но и отношение к данным категориям. С другой сто-

роны, уже сформированная к соответствующему возрасту система ЦО фильтрует информацию о бедных и богатых. Если, например, образ бедного обладает в восприятии ребенка более выраженной эмоциональностью, 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 этом 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 (т.е. 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.

#### ПРОГРАММА ЭМПИРИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ ПРЕДСТАВЛЕНИЙ О БЕДНОМ/БОГАТОМ ЧЕЛОВЕКЕ У МЛАДШИХ ШКОЛЬНИКОВ<sup>1</sup>

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 с ними. То есть личный опыт общения с бедными/богатыми людьми, а также потребность в идентификации себя с кем-то из них приводят к тому, что образы бедного/богатого в сознании в большей степени соответствуют характеристикам реального человека, чем представленного в сказках. При этом ЦО личности, играя роль фильтров в процессе восприятия детьми информации о бедном/богатом человеке из сказок, способствуют пониманию степени опосредствованности представлений личности общественным знанием. Данные суж-

дения, 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 (см. рисунок) 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 рассредоточенные аудитории” [25, с. 238].

*Во-вторых*, содержание сказок, читаемых детьми в рамках школьной программы, может быть отнесено и к когнитивной составляющей фактора социализации “Школа”, поскольку передача информации 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 этих двух социализирующих посредников – СМК и школу. Особенностью информации, поступающей из СМК, по сравнению с получаемой в межличностном общении, является ее сходство с информацией, 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 индивидуальных 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 через сравнение разных видов представлений – индивидуальных

<sup>1</sup> Авторы выражают благодарность О.В. Крашенинниковой, принимавшей участие в данном исследовании.





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

(сказочные герои и реальные люди) и групповых (реальные люди) – как элементов экономического сознания детей и образов бедных и богатых персонажей сказок.

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 (выравненных по полу).

Исследование состояло из нескольких этапов.

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

Основной целью анализа сказок стало выявление списка личностных характеристик, встречающихся при описании бедных и богатых 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 описа-

нии соответствующих образов сказочных героев. Само же 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 в той или иной семье, без специального исследования невозможно. Поэтому в целях нивелирования роли предварительного знания сказочного материала школьниками, на уроках в школе читали сказки всех вышеперечисленных 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. Был проведен сравнительный анализ представленности личностных характеристик героев в сказках и в сознании детей, а также сравнивались 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.

На *четвертом этапе* выявлялись связи между показателями самоидентификации школьников в континууме “бедный–богатый”, которые рассматривались в данном исследовании в качестве дополнительной переменной, и личностными характеристиками образов бедного и богатого (реальных людей и сказочных персонажей), включенными в факторные структуры представлений младших школьников.

План данного исследования включал экспериментальную ситуацию, которая позволила нивелировать влияние 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, групповые и 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 элементов общественного и индивидуального сознания) и представлений о бедных/богатых реальных людях, то можно говорить об определенном экспериментировании в исследовании экономического сознания.

В ходе работы *сравнивались* следующие переменные:

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

2) индивидуальные представления о личностных характеристиках 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) связи типов и отдельных ЦО личности школьников с характеристиками изучаемых представлений;

4) 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 приведено в специальной публикации [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 литературы.

Применение данного метода в исследовании, как было сказано выше, преследовало две основные 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 и словосочетаний с помощью экспертов устанавливали синонимичность либо семантическое сходство фраз и высказываний выделенным индексам. В результате сохранили 23 индекса – 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.

Методика контент-анализа включала 4 основные 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), получивший широкое применение в исследованиях, связанных с социальным восприятием человека, анализом социальных установок и личностных смыслов. В данной работе СД использовался в целях 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 лич-

ностные 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.

#### НЕКОТОРЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ЭМПИРИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ПРЕДСТАВЛЕНИЙ О БЕДНОМ И БОГАТОМ ЧЕЛОВЕКЕ

Приведенный в данном разделе статьи материал эмпирического исследования отражает лишь некоторые направления анализа экономических представлений о бедном/богатом человеке, которые были заявлены в теоретической модели, изложенной выше.

**Бедные и богатые сказочные персонажи в русских народных сказках.** В результате проведенного контент-анализа были выделены основные качества личности, присущие бедным и богатым персонажам в русских народных сказках (в таблицу включены лишь те характеристики, частота упоминания которых превышает 2 раза). Общий объем анализируемого текста – 1840 ед., при этом 6% всего текста посвящено описанию образа богатого человека, а 15% – бедного, т.е. объем описания последнего превышает объем первого более чем в 2 раза.

Кроме того, следует отметить, что из всех видов сказок, участвовавших в анализе: сказках о животных, кумулятивных, волшебных, бытовых – последние содержат наибольший объем информации о бедном/богатом персонажах. В данной работе не ставилась задача отдельного изучения особенностей жанра сказки, определяющих специфику формирования представлений о бедном/богатом человеке. Однако этот факт интересен для понимания содержания исследуемых образов сказочных героев.

На основе проведенного анализа можно утверждать, что в представлениях русского народа *бедный* может быть как умным, так и глупым. Однако в большинстве случаев этот персонаж все-таки совершает “умные” (осознанные, рациональные, логичные и т.п.) поступки. Бедный сказочный персонаж обычно очень предприимчив, так как

ему приходится выживать в сложных жизненных условиях. Он трудолюбив, смел, часто проявляет доброту по отношению к другим. Быть богатым для него не является самоцелью, поэтому он не ставит перед собой задачу добиться успеха любым способом, а просто старается выжить.

В отличие от богатого, бедный обладает чувством юмора, которое помогает ему выдерживать многие жизненные трудности. При этом он чаще, чем богатый, бывает расчетливым, а иногда и злым, нередко обманывает и портит свои начинания. Интересно, что в сказках только образ бедного содержит специальные описания внешности, характеризующие его как красивого человека.

Образ *богатого* в сказках, как и в ситуации с бедным персонажем, включает, в первую очередь, проявления его ума и глупости, причем в равной степени. Он может быть отзывчивым (примерно в два раза чаще, чем бедный), но в то же время злым и несправедливым. При этом богатый описывается чаще злым, чем добрым. В изучавшихся сказках он в меньшей степени, чем бедный, жаждет обладания деньгами, проявляя при этом расчетливость. Удивительно, что богач в сказках по-разному может относиться и к самому богатству. Случаи, когда он стремится умножить свои богатства, и ситуации, когда богач не ставит перед собой цели нажиться, более того, проявляет равнодушие к увеличению своего достоинства, в количественном отношении встречается примерно равное число раз.

Итак, в большинстве проанализированных русских народных сказок главное место занимает повествование о действиях, поступках бедняка, а не богача. Этим объясняется тот факт, что бедные персонажи имеют намного больше ситуаций, чем богатые, чтобы проявить свои личностные качества. В результате формируется представление о том, что образ бедного человека *полнее и ярче* представлен в народных сказках. При этом как бедные, так и богатые сказочные герои обладают и положительными, и отрицательными качествами личности. Однако бедный персонаж, как правило, проходит через множество испытаний, изменяется, приобретает опыт и в результате либо становится другим (при условии, что его образ изначально включал много отрицательных характеристик), либо остается таким же, как и был. В конце повествования, если бедняк устоял перед трудностями, вынес много положительного для себя и проявил это по отношению к другим, то он обычно получает вознаграждение, причем как материальное, так и моральное. В любом случае

**Таблица.** Выраженность (частота) личностных качеств богатого/бедного персонажей, проявляемых ими в русских народных сказках

№ п/п	Качества личности	Количество упоминаний	
		богатый	бедный
1	Умный	22	53
2	Глупый	20	27
3	Добрый	3	22
4	Злой	11	4
5	Трудолюбивый	1	12
6	Предприимчивый	5	43
7	Смелый	–	4
8	Отзывчивый	11	5
9	С чувством юмора	–	12
10	Несправедливый	10	5
11	Честный	4	12
12	Красивый	–	9
13	Некрасивый	–	4
14	Неумелый	7	11
15	Обманщик	3	9
16	Расчетливый	6	8
17	Старательный	–	6
18	Благодарный	–	3
19	Справедливый	6	–
20	Равнодушен к богатству	–	5
21	Ленивый	3	5
22	Трусливый	1	5
23	Не обладает чувством юмора	3	–
Всего		116 (6.3%*)	276 (15.0%*)

\* Процент от общего объема текста сказок.

его образ в сказках *более динамичен*, чем образ богатого персонажа.

В изучавшихся русских народных сказках не создается упрощенный образ богатого как однозначно плохого человека – всегда злого, несправедливого и глупого, а образ бедняка, наоборот, человека только трудолюбивого, честного, умного и отзывчивого. И все-таки в целом, богатый по сравнению с бедным производит впечатление в большей степени отрицательного, чем положительного героя. Однако в результате исследования становится очевидным, что отношение русского народа к богатому человеку *амбивалентно*: почти все наиболее значимые характеристики имеют близкое число упоминаний в описании и бедного, и богатого, причем как положительные, так и отрицательные. К примеру, в волшебных сказках,

в которых число упоминаний о бедном в 3 раза больше, чем о богатом, бедному человеку предоставляется возможность в конце повествования стать богатым, успешным и счастливым.

Можно предположить, что в своих сказках русский народ намеренно создает сложные обстоятельства, препятствия, жизненные трудности для бедного. Преодолевая их, он становится богаче прежде всего духовно и нравственно, но одновременно и материально. В общественном сознании, включающем представления о бедном/богатом, человек может оставаться высоконравственным и в то же время быть богатым. Эта мысль о возможности сохранения такого *гармоничного сочетания* присутствует в русских народных сказках как некий идеал, к которому можно стремиться. На это указывают Е.М. Мелетинский и другие авторы [23], которые, анализируя волшебные сказки, выделяют не только три уровня испытаний героя, но и классический финал – ликвидацию первоначальной беды-недостачи с обязательным дополнительным приобретением, оборачивающимся поощрением героя.

Следует ли из этого, что одной из функций сказки является возможность показать пути выхода из трудных ситуаций, в том числе вызванных бедностью? В любом случае можно утверждать, что знакомство с русскими народными сказками не может способствовать формированию у детей стереотипа о бедном как только положительном, а о богатом как отрицательном человеке или наоборот. Мудрость, заложенная в народных сказках, – это “не деньгами едиными жив человек”, но “богатство может испортить человека”, повлиять на его отношение к другим, себе и миру.

**Образы бедного и богатого сказочных персонажей в представлениях младших школьников.** Образы изучавшихся сказочных героев выявлялись на основании оценок младших школьников, полученных с помощью семантического дифференциала (20 шкал) и последующей факторизации данных. При формировании шкал учитывались личностные и другие характеристики, выделенные в процессе контент-анализа исследуемых сказок, с которыми школьники знакомились на уроках дополнительного чтения. Данная экспериментальная ситуация была организована в целях уравнивания знаний респондентами сказочного материала, снижения различий в осведомленности школьников о сказках. Таким образом нивелировались и различия во влиянии семей респондентов на формирование их представлений о бедном/богатом сказочном персонаже.

В результате исследования были выделены *три фактора в структуре образа бедного персонажа* (суммарная информативность – 53.94%) и *четыре – образа богатого* (суммарная информативность – 53.45%), а также определены нагрузки шкал по каждому выделенному фактору (статистическая значимость “качества подгонки” соответствовала значениям  $p < 0.05$ ). Принятие решения о количестве факторов опиралось на наличие в последних факторах максимальной нагрузки хотя бы у одного из признаков в размере 0.70 и выше. Первый фактор в каждой из изучавшихся факторных структур имел наибольшую информативность.

Интерпретация факторов осуществлялась на основе смыслового инварианта, содержащегося в группе объединяемых им шкал, т.е. названия факторам давались с опорой на те шкалы, которые имели максимальную нагрузку по этому фактору. Знак факторной нагрузки указывал на принадлежность данной шкалы к положительному или отрицательному полюсу качества.

В результате, структура представлений младших школьников *о богатом сказочном персонаже* включала четыре фактора:

I “*Отношение к деятельности*”, по которому максимальную нагрузку имели следующие из 16-ти шкал: предприимчивый–непредприимчивый (0.84); сообразительный–тугодум (0.74); благодарный–неблагодарный (0.73); злой–добрый (–0.72); ленивый–трудолюбивый (–0.72); честный–лживый (0.70); умный–глупый (0.64);

II “*Отношение к другим людям*”, данный фактор включал 15 шкал, из которых с наибольшей нагрузкой были следующие: скромный–хвастливый (0.77); ленивый–трудолюбивый (–0.60); смелый–трусливый (0.58); равнодушный–отзывчивый (–0.53); благодарный–неблагодарный (0.45);

III “*Эмоциональность*”, представленный 12 шкалами, из них с максимальной нагрузкой: общительный–замкнутый (0.74); веселый–грустный (0.67); спокойный–подвижный (–0.62); жизнерадостный–скудный (0.56);

IV “*Образ в восприятии других*”, состоящий из 11 шкал, с наибольшей нагрузкой: хитрый–простодушный (–0.70); красивый–некрасивый (0.63); стройный–толстый (0.41); веселый–грустный (0.43). Можно предположить, что у младших школьников уже сложился определенный образ богатого сказочного персонажа, на который указывают оценки сказочных героев. В этом образе присутствуют одновременно и внешние, поверх-

ностные, и более глубокие, психологические, характеристики.

Структура представлений *о бедном сказочном персонаже* включала три фактора:

I “Отношение к другим людям и деятельности”, 19 шкал, из них с максимальной нагрузкой: благодарный–неблагодарный (0.80); честный–лживый (0.77); умный–глупый (0.76); предприимчивый–непредприимчивый (0.75); злой–добрый (–0.73); сообразительный–тугодум (0.72); жадный–щедрый (–0.69);

II “Эмоциональность”, 15 шкал, из которых наибольшую нагрузку имели: жизнерадостный–скучный (0.74); веселый–грустный (0.69); общительный–замкнутый (0.67); спокойный–подвижный (–0.57);

III “Образ в восприятии других”, 13 шкал, из них с большой нагрузкой: хитрый–простодушный (0.70); равнодушный–отзывчивый (0.62); скромный–хвастливый (–0.45).

Интересно то, что оценки детьми образов бедного/богатого персонажей максимально совпадали по первому, наиболее значимому фактору.

*Образ богатого* по всем факторам имел больше отрицательных нагрузок, чем образ бедного. Так, по мнению детей, богатый персонаж в своей деятельности проявляет такие качества, как жадность, злость, лживость, при этом он лишен сообразительности и предприимчивости. В отношениях с людьми богатый ведет себя как хвастливый, равнодушный и неблагодарный человек, который не понимает шуток. В эмоциональной сфере богатый характеризуется младшими школьниками как грустный, замкнутый и скучный для окружающих. Другими людьми этот персонаж также рассматривается скорее как отрицательный: хитрый, грустный, внешне некрасивый, толстый, но спокойный. Такое сочетание качеств личности указывает во многом на некий сформировавшийся *стереотип восприятия* реального богатого человека – сосредоточенный на себе и своих интересах, равнодушный, неэмоциональный и т.п. Возможно, в данном случае наблюдается смешение образов реального и сказочного богачей или, по меньшей мере, их взаимовлияние.

Важно, что по двум из трех факторов *бедный персонаж* также характеризуется отрицательными качествами. Эти черты проявляются в деятельности и отношениях с другими людьми (неблагодарный, лживый, хвастливый и т.п.). В эмоциональной сфере он скучный, замкнутый и спокойный. Единственный фактор, по которому бедняк наделен положительными чертами, – это

“Образ в восприятии других”: бедняк воспринимается скромным, щедрым, трудолюбивым, простодушным и, что очень важно, высоконравственным человеком.

Установленные различия в количестве факторов структуры социальных представлений о богатом/бедном персонажах русских народных сказок (четыре и три фактора) указывают на различия в отношении младших школьников к бедным и богатым, бедности и богатству в целом. Причем, *если в сказках больше места уделяется описанию бедных, то в сознании детей именно богатые имеют более полную структуру*. Однако установленный факт требует проверки в процессе сравнения представлений о реальных людях.

Структура представлений о бедном персонаже отличается не только по количеству факторов, но и в содержательном плане. Так, в первую очередь, бедные персонажи оцениваются младшими школьниками с позиции их отношения к деятельности и другим людям, затем – эмоциональности и, наконец, того, как бедные воспринимаются другими сказочными героями. При факторизации качеств бедного его личностные характеристики (только по шкалам с максимальной нагрузкой) не повторяются в разных факторах. Возможно, это связано с тем, что образ бедного персонажа в сознании детей не размыт, а, наоборот, более точно осознается, и он далек от реального бедного, поскольку имеет больше шансов стать богатым. Предположительно, образ бедного персонажа в содержательном отношении ближе к образу богатого сказочного героя, чем к образу реального бедного человека.

Следует отметить и тот факт, что дети более точно дифференцируют качества личности богатого персонажа, проявляемые им как в отношении к другим людям, так и в деятельности, но смешивают их в образе бедного героя. Причина такого различия, скорее всего, определяется содержанием сказок.

**Сравнительный анализ личностных качеств бедного и богатого персонажей в русских народных сказках и представлениях детей.** При сопоставлении образов бедного и богатого человека в сказках и в сознании детей выяснилось, что представления о бедном и богатом на разных уровнях анализа сознания (общественном и индивидуальном) близки по отрицательному полюсу, т.е. большинство совпадающих характеристик носит негативный характер. Однако, если в сказках богатый предстает как более отзывчивый человек, чем бедный, то в сознании детей, наоборот, он характеризуется как равнодушный, а бедный –

как отзывчивый. Этот факт также может быть объяснен влиянием групповых представлений школьников о бедном/богатом реальном человеке на восприятие сказочных персонажей, что, как уже упоминалось ранее, требует дополнительной проверки.

Наиболее важные качества бедного/богатого персонажей в сказках: предприимчивый (богатый – только 5 единиц анализа, бедный – 43 единицы), умный (22 и 53, соответственно), глупый (20 и 27), добрый (3 и 22) и злой (11 и 4). Эти характеристики сказочных героев присутствуют и в представлениях детей, причем с большим весом в первых двух факторах структуры их представлений. Однако в сказке ничего не говорится об отрицательном полюсе качества “предприимчивый”, в то время как непредприимчивость персонажей в сознании младших школьников – наиболее значимая характеристика отношения сказочных героев к собственной деятельности. Впрочем, если принять во внимание, что предприимчивым в сказке чаще всего оказывается бедняк, а не богач (43 и 5 единиц анализа, соответственно), то непредприимчивость сказочного богача в представлениях детей сближает образы богатого в сказке и в сознании школьников. В то же время, проявление в сказке злости бедным персонажем по сравнению с богатым практически неприемлемо, а в сознании детей – это одна из значимых характеристик отношения бедного к другим людям. Наоборот, богатый в сказке часто демонстрирует качество злости, но среди шкал с наибольшим весом в структуре представлений детей о сказочном богатом человеке это качество отсутствует совсем. Оценки ума и глупости сказочных персонажей, столь значимые для описания их образов в сказке, нашли отражение в представлениях младших школьников только в отношении глупости героев. Ни бедный, ни богатый персонажи в понимании детей не демонстрируют ум, а глупость в первом факторе имеет больший вес у бедного, чем у богатого (напомним, что частотный анализ содержания сказок показал обратное соотношение). Тем не менее наличие этих качеств в образах персонажей среди наиболее значимых – результат влияния общественных представлений, отраженных в русских народных сказках. Однако на выраженность вышеупомянутых качеств личности в сознании респондентов оказывают влияние и другие источники информации, в первую очередь, личный опыт и суждения значимых других людей. К сожалению, в рамках одного исследования сложно проверить взаимное влияние столь различных факторов, тем не менее, не учитывать данное влияние в анализе невозможно.

Наиболее важными качествами личности богатого сказочного персонажа в сознании детей являются неблагодарность и лень, проявляемые им по отношению к другим людям и в деятельности (они присутствуют в I и II факторах), а также склонность к грусти как характеристика эмоциональной сферы (III и IV факторы). В сказках же только проявление лени богатым, хотя и слабо, но все же выражено. Следовательно, можно предположить, что остальные из перечисленных выше характеристик респондентами привнесены в оценки богатого персонажа из других источников информации, а не из сказок. Как уже упоминалось ранее, это может переходить из *личного опыта взаимодействия* с реальными богатыми людьми или сверстниками из семей с высоким уровнем материального благосостояния, а также в результате усвоения оценок родителей.

В сказках бедняк примерно в равной степени наделен положительными и отрицательными характеристиками. Он чаще умный, чем глупый, добрый, предприимчивый, честный, обязательно с чувством юмора, но при этом неумелый, пассивный и т.п. В представлениях же детей он в первую очередь неблагодарный, хвастливый, глупый и непредприимчивый. Интересно, что в сказках именно эти характеристики при описании бедняка имеют положительную смысловую нагрузку (трудолюбивый, умный, предприимчивый). То есть в сказке положительный образ бедняка раскрывается через его действия и поступки, а в представлениях детей – через его оценки другими людьми как высоко нравственного человека. Однако так же, как и в ситуации с образом богатого, информационная составляющая образа бедного персонажа в сознании младших школьников во многом определяется тем, какое содержание включает образ этого героя в самой сказке.

В процессе анализа образов бедного/богатого человека возникает вопрос о том, чем же вызвано отмеченное выше рассогласование в изучаемых представлениях. Здесь может быть несколько версий. Поскольку большинство школьников-респондентов не идентифицирует себя с бедными людьми (по данным нашего исследования), то, возможно, именно процесс категоризации как механизм экономической социализации приводит к таким расхождениям. Другая версия связана с фильтрующей функцией ценностных ориентаций младших школьников и т.д.

Итак, представления детей о бедном/богатом персонаже формируются под влиянием сказок. В сказках не присутствуют стереотипы плохих или хороших героев, а объем информации о бед-

ных превышает аналогичные сведения о богатых, поскольку первому дается возможность изменить свое положение, пройдя через множество испытаний, сохранив свои нравственные качества или приобретая их. Вместе с опытом к бедному приходит и материальное богатство, социальный статус, успех и т.п. Тем не менее основные качества персонажей – ум, глупость, злость, доброта, отзывчивость, предприимчивость, несправедливость, наличие чувства юмора и т.д. – вошли с разным весом в первые факторы в структуре изучавшихся представлений. Следовательно, при формировании представления о персонажах, наиболее важный компонент информации о них принимается младшими школьниками из сказок. Не случайно именно первые факторы исследуемых образов персонажей имеют наибольшее сходство по выявленным качествам.

Однако представления детей о персонажах не являются простым слепком того, что содержится в сказке. Например, в сказках наиболее важные качества богатого – ум, глупость, злость, отзывчивость, несправедливость, а на его неприемчивость практически нет указаний. Для школьников же богатый персонаж в первую очередь – неприемчивый, а затем уже тугодум, неблагодарный, лживый и ненастойчивый. В целом богатый персонаж, с одной стороны, для младших школьников является в большей степени отрицательным героем, чем бедный, а с другой – имеет более выраженную структуру (четыре фактора), связанную повторяющимися характеристиками – неблагодарный, ленивый, грустный и т.п.

Трехфакторная модель бедного персонажа в сознании детей может быть рассмотрена как усеченная за счет идентификации себя с не бедным, но и не богатым и за счет фильтрации ценностными ориентациями информационной составляющей представлений о бедном персонаже, содержащейся в сказке. Возможно, здесь следует говорить и о более жестком личностном контроле в процессе формирования индивидуальных представлений на основе общественных.

**Образы бедного и богатого реальных людей в представлениях младших школьников.** Эти образы определялись на основе анализа данных, полученных с помощью тех же шкал семантического дифференциала, которые были использованы для изучения представлений о сказочных персонажах. Данный вид представлений может быть рассмотрен как отражение групповых представлений, существующих в пространстве ближайшего социального окружения детей, т.е. их родителей, сверстников, учителей и др.

Выявленное на предыдущем этапе соотносительное количество факторов в представлениях изучавшихся школьников о бедных/богатых сказочных персонажах сохранилось и в ситуации анализа их образов реальных людей. Так, образ бедного человека включает четыре фактора (суммарная информативность – 59.66%), а богатого – пять (суммарная информативность – 59.18%). Вызывает интерес тот факт, что сама структура представлений о реальных людях включает большее количество факторов, чем о сказочных персонажах. Можно предположить, что данный факт определяется, во-первых, сравнительно более высокой значимостью изучаемых представлений в сознании детей, во-вторых, информация, которая опосредствована личным опытом и носит имплицитный характер, в меньшей степени подвержена фильтрации со стороны ценностной системы личности.

Наблюдались различия в отношении интерпретации самих факторов. Так, *I фактор* в представлении **о богатом реальном человеке**, интерпретированный как *“Отношение к другим людям”* (информативность 21.59%), включал 15 шкал, из которых с большой нагрузкой были следующие: благодарный–неблагодарный (0.87), настойчивый–ненастойчивый (0.81), честный–лживый (0.76), стройный–толстый (0.71), жадный–щедрый (–0.65), скромный–хвастливый (0.64). В то время как *I фактор* в представлении **о бедном реальном человеке** – *“Эмоциональность”* (информативность 31.11%) – включал 18 шкал, из которых с максимальной нагрузкой представлены следующие: с чувством юмора – без чувства юмора (0.94), жизнерадостный–скучный (0.91), красивый–некрасивый (0.72), общительный–замкнутый (0.67).

По первому фактору в двух структурах шкал совпали следующие: благодарный–неблагодарный, жадный–щедрый, смелый–трусливый. Таким образом, первый фактор в структуре представлений о бедном/богатом реальных людях имеет меньше сходных оценок, чем ранее выделенный и описанный первый фактор представлений о сказочных персонажах. Причем все они (за исключением одной переменной) имеют маленький вес, т.е. не определяют содержательное наполнение фактора. При этом совпадают и полюса нагрузок по шкалам: в представлениях детей о реальных людях бедный и богатый – неблагодарные, жадные и трусливые, но у бедного данные качества выражены в меньшей степени, чем у богатого. В остальном эти люди не похожи друг на друга. Так, бедняк характеризуется младшими школьниками



как человек с отсутствием чувства юмора, невыраженными общительностью и жизнерадостностью. В то время как богатый – неблагодарный, ненастойчивый, лживый и т.д. Казалось бы, в сознании детей присутствуют два отрицательных человека, однако они принципиально различны. Жизненные трудности сделали бедного угрюмым, неэмоциональным и некрасивым человеком, но оценки его нравственных качеств, столь важных для аналогичного образа бедного сказочного персонажа, здесь не представлены совсем. Личностные качества богатого прежде всего затрагивают его отношение к другим людям – он неблагодарный, лживый, жадный и т.п. Здесь не выявлены качества общего интеллекта, которые были значимы для богатого сказочного персонажа, и те характеристики, которые определили его отношение к деятельности, позволили ему приобрести или удержать свой социальный статус.

*II фактор* в представлении о богатом человеке стал фактор “Отношение к деятельности” (информативность 13.71%), включающий результаты по 15 шкалам, из которых максимальную нагрузку имели следующие: предприимчивый–непредприимчивый (0.79), умный–глупый (0.78), сообразительный–тугодум (0.76), смелый–трусливый (0.71). В представлении о бедном человеке *II фактор* определился как “Образ в восприятии других” (информативность 14.72%), а из 16 шкал с наибольшей нагрузкой в него вошли: злой–добрый (–0.81), хитрый–простодушный (–0.75), скромный–хвастливый (0.72), умный–глупый (0.64), сообразительный–тугодум (0.62), жадный–щедрый (–0.60).

Общими для обеих групп характеристик по второму фактору стали две шкалы – умный–глупый, сообразительный–тугодум. Качества ума, столь значимые для сказочных персонажей в общественных представлениях (сказках) и сознании детей, по-разному включены в факторы, описывающие образы реальных бедных и богатых людей. Наибольший вес эти качества имеют в структуре представлений о богатом, а меньший – о бедном человеке. То есть, несмотря на то что представления и о бедном, и о богатом человеке по второму фактору в целом носят отрицательный характер, оба воспринимаются школьниками как неумные и тугодумы, однако у бедняка эти качества выражены в меньшей степени.

Следует также отметить, что фактор “Образ в восприятии других” в структуре представлений о бедняке в сказках включал нравственные характеристики с положительной нагрузкой, а о реальном – с отрицательной. То есть эти представления

качественно отличаются друг от друга, а образы сказочного персонажа и реального человека субъективно воспринимаются детьми по-разному, возможно потому, что *психологическая дистанция*, которую ребенок выстраивает между собой и данными людьми (реальным и сказочным), также различна.

*III фактор* в структуре представлений о богатом человеке – “Образ в восприятии других” (информативность 9.50%) – состоит из 17 шкал и включает следующие с максимальной нагрузкой: красивый–некрасивый (0.89), жизнерадостный–скучный (0.71), злой–добрый (–0.63). Таким образом, с точки зрения респондентов, в восприятии других бедный и богатый принципиально различаются. Бедный оценивается прежде всего через наличие/отсутствие проявлений его нравственных качеств, а богатый – по совокупности различных внешних и внутренних, психологических характеристик.

В представлении о бедном человеке *III фактор* интерпретировался как “Отношение к деятельности” (информативность 7.17%) и включал 14 шкал, из которых с максимальной нагрузкой были: настойчивый–ненастойчивый (0.70), спокойный–подвижный (0.65), ленивый–трудолюбивый (–0.56), сообразительный–тугодум (0.55).

Общие шкалы по третьему фактору в структурах представлений о бедном и богатом человеке отсутствуют. Однако в представлении детей о сказочном персонаже одноименный фактор не выделялся как самостоятельный, а включал наряду с качествами личности, характеризующими отношение к деятельности, и те, которые определяли отношение бедного персонажа к другим героям сказок.

В то же время отношение к деятельности богатого человека в представлениях респондентов определяется проявлением им умственных качеств, а бедного – показателями воли и активности. По данному фактору (как и по двум предыдущим) бедные и богатые реальные люди не характеризуются положительными качествами.

*IV фактор* в представлении о богатом человеке был интерпретирован как “Эмоциональность” (информативность 7.35%), причем максимальную нагрузку из 14 шкал получили только две: с чувством юмора – без чувства юмора (0.94); веселый–грустный (0.94). *IV фактор* в представлении о бедном человеке – “Отношение к другим людям” (информативность 6.65%) включал из 13-ти следующие шкалы с большой нагрузкой: честный–лживый (–0.70), стройный–толстый

(-0.59), предприимчивый–непредприимчивый (0.55), смелый–трусливый (0.51), равнодушный–отзывчивый (0.50).

Общие шкалы по четвертому фактору при оценке бедного и богатого также отсутствуют.

Богатый человек по данному фактору – без чувства юмора и злой, а вот бедный впервые получил положительные характеристики – честный, отзывчивый, стройный, хотя при этом непредприимчивый и трусливый.

*V фактор* в структуре представлений о богатом человеке – “Активность” (информативность 7.0%) – включал 10 шкал, из которых с максимальной нагрузкой вошли: спокойный–подвижный (-0.83), общительный–замкнутый (0.77). В данном факторе, казалось бы, появляется положительная характеристика образа богатого человека: спокойный, уравновешенный, но с позиции активности это есть проявление его пассивности. Следовательно, в представлениях младших школьников реальный богатый человек фактически не обладает положительными качествами.

Итак, в структуре представлений школьников о богатом реальном человеке факторы выстроились в такой последовательности: “Образ в восприятии других”, “Отношение к другим людям”, “Отношение к деятельности”, “Эмоциональность” и “Активность”. В структуре представлений о бедном человеке на первом по весу месте – “Эмоциональность”, на втором – “Образ в восприятии других”, а затем – “Отношение к деятельности” и “Отношение к другим людям”. То есть, при формировании представлений о реальном богатом человеке дети в первую очередь ориентируются на оценки других относительно данной категории людей. Для них также важно, как богатые относятся к другим людям, своей деятельности, и только в последнюю очередь они обращают внимание на эмоциональность и деловую активность богатых людей. В одном из исследований, выявлявшем групповые представления школьников младшего школьного и подросткового возраста, были обнаружены сходные результаты. Школьники независимо от возраста приписывали богатому человеку благотворительные поступки. Они считали, что богатый, имея большие материальные средства, должен их использовать для того, чтобы помогать другим людям и обществу в целом [11].

Представления о бедном, наоборот, характеризуются в первую очередь его эмоциональностью. Дети считают, что бедный – это человек без чувства юмора, скучный, некрасивый, необщительный. В ранее выполненном исследовании

групповых представлений о бедном и богатом человеке младшие школьники представляли в качестве бедных людей пенсионеров, социально незащищенных, лишенных работы и возможностей интересной жизни, которые, с одной стороны, вызывают в обществе жалость, а с другой – неприятие [11]. Такая же тенденция сохранилась и в данном исследовании, поскольку оценки другими бедного человека более значимы для младших школьников, чем отношение самих бедных к деятельности и другим людям.

В представлениях сохранилась и другая выявленная ранее тенденция – образ богатого по всем факторам имеет больше отрицательных нагрузок, чем образ бедного. Так, богатый по всем пяти факторам рассматривается детьми скорее как “плохой” человек: в отношениях с людьми он ведет себя как неблагодарный, лживый, хвастливый и жадный человек, в деятельности он глупый, туподум и трусливый. В эмоциональной сфере богатый – это невеселый человек, без чувства юмора. Другими людьми он также оценивается как отрицательный – некрасивый, скучный и злой.

Интересно, что по трем из четырех факторов бедный человек также обладает отрицательными качествами, особенно теми, которые проявляются в его эмоциональной сфере (скучный, без чувства юмора и т.п.), отношении к деятельности (ненастойчивый, но подвижный). По мнению детей, в глазах общества бедняк – недобрый, хитрый и глупый. Единственный фактор, по которому бедняк наделен положительными качествами (наряду с отрицательными), – это “Отношение к другим”. Здесь он – честный, непредприимчивый, отзывчивый, но трусливый. Реальный бедняк – стройный (скорее худой), так как он мало зарабатывает и плохо питается.

Полученные различия в количестве факторов в структуре социальных представлений о бедном/богатом (четыре и пять факторов) человеке подтверждают наше предположение о *дифференцированном отношении* школьников к бедным и богатым людям.

Наконец, принципиальное различие состоит в эмоциональности бедных и богатых людей: бедный – подвижный и веселый, а богатый – спокойный, уравновешенный и сосредоточенный на себе.

**Сравнительный анализ представлений младших школьников о бедном/богатом человеке.** Такой анализ осуществлялся на основе выявления сходства и различия в факторной структуре индивидуальных представлений школьников, а также

в процессе качественного анализа разного уровня представлений. В предыдущем разделе данной статьи уже обращалось внимание на некоторые особенности изучавшихся представлений.

В целом, результаты исследования показали, что при сравнении образа бедного сказочного и реального человека присутствуют показатели по общим шкалам, которые характеризуются разным весом, но одинаковым полюсом. Сказочный и реальный бедняк в представлениях детей жадный, трусливый, неблагодарный, глупый, тугодум, не предприимчивый, но отзвучивый, в то время как в самих сказках (общественные представления) бедняк не обладает последним качеством, что подтверждает идею о взаимовлиянии, некотором смешении различных представлений (о сказочном и реальном явлениях) в сознании детей. Причем у сказочного персонажа все вышеупомянутые качества выражены сильнее (точнее, имеют больший вес). В сказках часто используется прием гиперболы, который, возможно, и повлиял на то, что отдельные черты сказочного персонажа в сознании детей несколько преувеличены.

Представления школьников о бедном реальном человеке более амбивалентны, поскольку на них оказывают влияние, с одной стороны, социальные представления, распространенные в обществе, например: “бедные – это в основном не имеющие выраженных установок на достижение, довольно пассивные наемные работники, занимающие исполнительские должности”; “к бедным относятся не только традиционно низкооплачиваемые категории работающих, одинокие пожилые пенсионеры, безработные, бомжи и пр., но и многочисленные работники сферы образования и науки, культуры и здравоохранения, которые ранее бедными, как правило, не считались” [25, с. 78]. Представителями этой категории людей могут быть некоторые родители изучавшихся школьников, их бабушки, дедушки и другие родственники. С другой стороны, на индивидуальные представления оказывают влияние и групповые представления сверстников, которые считают, что бедным “...не повезло, они глупы и ленивы”. Это “старые люди, у них нет денег, нет квартиры”. “Бедные люди просят деньги; не все могут купить; не могут поделиться”, “они не жадные, просто им нечего дать другим” [11].

В русских народных сказках бедняк описывается как трудолюбивый, работающий, но неудачник. Однако именно в сказках добро торжествует над злом, и бедняк, в конце концов, вознаграждается за свой труд (чаще всего – становится богатым). Но, чтобы добиться своего вознаграждения,

сказочный бедняк в представлениях детей часто обманывает других, а вот реальный бедняк – честный человек, следовательно, в большей степени учитывает в своем поведении нравственные принципы.

Интересен тот факт, что значимыми оценками в представлениях о реальных людях стали их *внешние характеристики*. Так, реальный бедняк воспринимается детьми как стройный (или худой) человек. Он мало зарабатывает, плохо питается, не имеет перспективы на скорое (или вообще какое-либо) изменение своего положения и внешне выглядит соответственно.

Осознание детьми потенциальных возможностей сказки превратить бедняка в богатого приводят к тому, что бедный сказочный герой рассматривается ими даже внешне как более полный человек, а также более спокойный, т.е. субъективно он ближе к образу богатого, чем реальный богатый человек. Анализ русских народных сказок показал, что бедняк в начале истории, как правило, выглядит внешне некрасивым, неопрятным, неаккуратным, но к концу повествования изменяется не только его социальное и материальное положение, но и внешний облик. Следовательно, в процессе знакомства со сказкой и формируются вышеперечисленные характеристики бедного персонажа. В этом явно усматривается *социализирующая функция* русской народной сказки.

При сравнении образов богатого человека в сказке и жизни было выявлено, что по всем шкалам они имеют одинаковые знаки и различаются только весами нагрузок по шкалам. В отличие от образов бедняка, все качества у реального богатого человека более выражены. Таким образом, в сознании детей последний более жадный, неблагодарный, ненастойчивый, трусливый, грустный, чем сказочный богач. Возможно, это связано с тем, что в сказке добро в любом случае побеждает, в центре повествования чаще находится бедняк, который также может нарушать нравственные нормы. Богач здесь отрицателен настолько, насколько следует по сюжету оттенить бедняка. В жизни же он воспринимается по-другому, и младшие школьники приписывают реальному богатому человеку отрицательные качества в более выраженной форме.

В данном контексте следует также рассматривать влияние общественного мнения на индивидуальные представления детей. Так, данные Института комплексных социальных исследований РАН показывают, что богатые, с одной стороны, ориентированные на карьеру профессионалы с ярко выраженным стремлением к личному про-

фессиональному и творческому успеху, с другой – уверенные в себе индивидуалисты, часто не считающиеся с интересами других [25]. Последнее в сознании россиян всегда характеризуется негативно, так как наше общество, построенное на идеях коллективизма, не изменило этому даже в период кардинальных социально-экономических изменений.

Индивидуальные представления о богатом человеке во многом опосредствованы групповыми. Так, для младших школьников реальный богатый человек – это тот, кто владеет материальными благами, имеет больше возможностей, “может все себе позволить”. По их мнению, чтобы стать богатым, надо “больше и усерднее работать или поменять работу на более высокооплачиваемую”; “чтобы заработать больше, нужно лучше учиться”. Старшие дети (подростки) при характеристике богатых людей уделяют внимание не только материальным ценностям, как младшие школьники, но и уровню развития интеллекта, их социальной и деловой активности, например, выделяя в качестве источников богатства – “открытие своего дела”, “воровство” и т.п. [11]. Таким образом, на представления младших школьников оказывают влияние в большей степени групповые представления сверстников, по сравнению с подростками.

Кроме того, по своему содержанию факторы представлений о реальных людях и сказочных героях, интерпретированные одинаково (например, “Отношение к деятельности”, “Образ в восприятии других” и т.п.), совпадают по основным характеристикам, имеющим большую нагрузку и включенным в этот фактор.

Резюмируя, можно предположить, что образы бедного и богатого реальных людей формируются в большей степени под влиянием общественного мнения, групповых представлений и личного опыта. Достаточно сравнить выраженность личностных качеств бедного/богатого персонажей и бедного/богатого реальных людей, представленных в сознании младших школьников, с героями сказок, чтобы увидеть, насколько они различны. Напомним, что богатый человек в русской народной сказке имеет не намного больше негативных черт, чем позитивных, а в сознании детей и сказочный, и реальный богачи наделены в большей степени отрицательными качествами, причем образ реального богатого человека практически не имеет положительных характеристик. Бедняк в сказке также имеет в близком соотношении и положительные, и отрицательные качества, а в представлениях детей положительные характе-

ристики присутствуют в меньшем количестве, причем сказочный бедняк имеет их чуть больше, чем реальный.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В процессе изучения представлений о бедном и богатом человеке как компонента экономического сознания формирующейся личности исследователи сталкиваются 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 плану), а с другой – применялся бы на разных группах когнитивных феноменов. Речь идет о таких феноменах, как индивидуальные представления (образы), групповые и общественные представления, которые отличаются друг от друга не только источниками формирования, но и структурой, содержанием, а также их представленностью на разных уровнях сознания. Формирование индивидуальных представлений – образов экономических явлений (в нашем случае представлений о бедном/богатом человеке), безусловно, не может быть рассмотрено как линейная связь с одним из источников, например, с представлениями родителей о данной категории людей или общественными представлениями, содержащимися в народных сказках и т.д. Многоуровневая и сложно организованная *детерминация* индивидуальных представлений характеризуется их трансформацией с одного уровня на другой, включением в содержание этих 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.

Эмпирическим путем обнаружено, что образы бедного и богатого человека в индивидуальных представлениях детей не содержат собственно характеристик, указывающих на отношение персонажей к материальным благам, деньгам, собственности и т.п., которые присутствуют в сказках и в групповых представлениях сверстников (по данным одного из выполненных исследований).

В целом, образ бедного/богатого персонажа в сказках скорее идеальный, чем реальный, особенно если речь идет о бедном герое, который изменяется в процессе повествования больше, чем богатый. Приобретая (получая) богатство или добываясь успеха, он переходит, по сути, в другую социально-экономическую категорию людей.

Вероятно, в сказочных образах богатого человека русский народ воплощает собственную веру в “справедливого батюшку-царя”, связывая его с образом не только власти, но и положительного богатого человека, к которому нужно стремиться. Однако чрезмерная значимость для большинства богатых героев сказок высокого уровня материального благосостояния не позволяет им становиться положительными персонажами. В общественных же представлениях о сказочном бедняке содержится много указаний на то, что он должен *сохранить* свою *высокую нравственность*, но при этом *изменить* свой *материальный (экономический) и социальный статус*. Не случайно именно сказка легла в основу одного из эффективных современных психотерапевтических направлений – сказкотерапии.

Анализируя разные уровни представлений (общественный и индивидуальный), следует отметить, что различия в *образе богатого персонажа* определяются расхождением в уровне значимости интеллектуальных и нравственных характеристик. Так, в общественном сознании (в сказках) образ богача амбивалентен, он сочетает одновременно ум и глупость, злость и отзывчивость, несправедливость и справедливость – это наиболее значимые качества его личности. В сознании младшего школьника образ богатого в первую очередь является непредприимчивым, тугодумом, неблагодарным, ленивым, а только затем – злым, лживым и глупым. Таким образом, богатый персонаж в представлениях школьников в отличие от сказок становится одноплановым, мономодальным. Бедный же герой, характеризующийся в русских сказках умом, предприимчивостью, глупостью, добротой, трудолюбием, чувством юмора, честностью, неумелостью (качества приведены в порядке снижения частоты упоминаний), безусловно, предстает более положительным, чем богатый. Он менее противоречив, поскольку для реализации “программы” выхода из того или иного затруднительного положения (экономического в том числе) ему требуется большой интеллектуальный и нравственный потенциал, а также те качества личности, которые определяют его экономическую и социальную активность. По сравнению с содержанием сказок, *образ бедного героя* в сознании младших школьников существенно отличается. Среди наиболее значимых его характеристик отсутствуют положительные качества, аккумулируясь лишь в последнем по весу факторе. Однако и в этом случае простодушность и отзывчивость бедного персонажа не может гарантировать ему успех в достижении высокого социального и материаль-

ного уровня. Причина таких различий видится в явном влиянии на сознание школьников других представлений (в частности, о реальном бедном человеке) и нежелании респондентов принадлежать к этой категории людей.

В целом, можно утверждать, что основные различия в образах сказочного бедного и богатого персонажей заключаются в том, что информация о бедном в сказках имеет больший объем, чем о богатом. В то же время в сознании младших школьников образ бедного по сравнению с богатым имеет так называемую “усеченную” структуру (3, а не 4 фактора).

Данные результаты вполне согласуются и с теми, которые были получены при выявлении факторных структур образов реального бедного и богатого человека. В данном случае можно говорить о выраженной *тенденции социальной релевантности* бедного человека, поскольку образ реального бедного (так же, как и сказочного), по сравнению с образом богатого, включает меньшее количество факторов. Кроме того, содержательно образ сказочного бедняка в сознании детей ближе к образу сказочного богача, чем реального бедного человека.

В оценках реального богача младшие школьники более категоричны, чем в оценках бедного человека. На их представления о бедном/богатом оказывают влияние групповые представления сверстников и собственный опыт взаимодействия с представителями данных категорий людей, а также склонность к самокатегоризации в качестве “ни богатого, ни бедного”.

## СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

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. *Вихалемм 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. М., 2006. Т. 1. 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-й 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., Дробышева Т.В. Методология исследования феноменов экономического сознания формирующейся личности (на примере представлений о бедном/богатом человеке) // Психология в экономике и управлении. 2009. № 2. С. 23–35.
14. 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.
15. Журавлев А.Л., Купрейченко А.Б. Экономическое самоопределение: теория и эмпирические исследования. М.: Изд-во "Институт психологии РАН", 2007.
16. Журавлева Н.А. Динамика ценностных ориентаций личности в российском обществе. М.: Изд-во "Институт психологии РАН", 2006.
17. 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.
18. Зинина С.М. Елена Премудрая в сказке и жизни: опыт психологической интерпретации сказочного образа // Семейная психология и семейная терапия. 2006. № 4. С. 107–113.
19. Истошин И.Ю. Ценностные ориентации в личностной системе регуляции поведения // Психологические механизмы регуляции социального поведения / Отв. ред. М.И. Бобнева, Е.В. Шорохова. М.: Наука, 1979. С. 252–267.
20. 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.
21. Емельянова Т.П. Конструирование социальных представлений в условиях трансформации российского общества. М.: Изд-во "Институт психологии РАН", 2006.
22. Кольцова В.А. История психологии: Проблемы методологии. М.: Изд-во "Институт психологии РАН", 2008.
23. Мифы народов мира: Энциклопедия. М.: Советская энциклопедия, 1982. Т. 2. С. 441–444.
24. Московичи С. Социальное представление: исторический взгляд // Психол. журн. Т. 16. 1995. № 2. С. 3–14.
25. Мудрик А.В. Социализация человека. М.: Издательский центр "Академия", 2004.
26. Попов В.Д. Экономическое сознание: сущность, формирование и роль в социалистическом обществе. М.: Мысль, 1981.
27. Пробст Л.Э. Влияние основных субъектов социализации на формирование ценностных ориентаций детей: Дисс. ... канд. социол. наук. Екатеринбург, 1997.
28. Пропт В.Я. Русская сказка. М.: Лабиринт, 2000.
29. Розум С.И. Психология социализации и социальной адаптации человека. СПб.: Речь, 2006.
30. 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.
31. Уэбли П. Понимание детьми экономических явлений // Проблемы экономической психологии. М.:

- Изд-во "Институт психологии РАН", 2005. Т. 2. С. 146–177.
32. Хащенко В.А. Социально-психологические детерминанты экономической идентичности личности // Проблемы экономической психологии. М.: Изд-во "Институт психологии РАН", 2005. Т. 2. С. 513–556.
  33. 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.
  34. 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.
  35. 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.
  36. Шамянов 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.
  37. Щедрина Е.В. Исследования экономических представлений у детей // Вопросы психологии. 1991. № 2. С. 157–164.
  38. Berti A.E., Bombi A.S., De Beni R. The development of Economic notions: single sequence of separate questions // Journ. of Economic Psychology. 1986. V. 7. № 4. P. 415–424.
  39. Brusdal R. Norwegian children's descriptions of the consequences of poverty and wealth // Journ. of Economic Psychology. 1990. V. 11. № 4. P. 545–556.
  40. Furnham A. School children's perception of economic justice: cross-cultural comparizon // Journ. of Economic Psychology. 1987. V. 8. № 4. P. 457–467.
  41. Journal of Economic Psychology: Special Issue on "Economic Socialization". 2006. V. 27 (1).
  42. Leiser D. Children's conceptions of economics: The constitution of a cognitive domain // Journ. of Economic Psychology. 1983. V. 4. № 2. P. 297–317.
  43. Roland-Levy C. Economic socialization: basis for international comparisons // Journ. of Economic Psychology. 1990. V. 11. № 4. P. 469–482.

## REPRESENTATION OF POOR AND RICH MAN AS A PHENOMENON OF ECONOMIC CONSCIOUSNESS OF DEVELOPING PERSONALITY

A.L. Zhuravlev\*, T.V. Drobysheva\*\*

*\*Corresponding Member of RAS, Sc.D. (psychology), professor, Director of the Establishment of the Russian Academy of Sciences, Institute of Psychology RAS, Moscow;*

*\*\* PhD, research assistant of social and economic psychology laboratory, the same place*

The results of theoretic-and-empiric study of representations of poor/rich real man and fairy tale character in developing personality (by the example of junior school children) are analyzed. Methodological basis for economic consciousness phenomena study (value approach in particular) is presented. Differences in the structure of representations of real and fairy tale poor/rich man are revealed. Distinctions in personal representations of poor/rich fairy tale characters as well as in personal representations of fairy tale and real poor/rich men are shown. Similarity of images of poor/rich fairy tale characters is turned out to be greater than for real people. The influence of different sources of information on formation of images of both fairy tale and real poor/rich men are revealed.

*Key words:* representations, economic consciousness, images of poor/rich fairy tale characters and real men, developing personality, economic socialization.