

ЭТНИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ВОСПРИЯТИЯ ЭКОНОМИЧЕСКИХ РОЛЕЙ

В.Н. Мунгалов (Иркутск)

Аннотация. В статье приводятся результаты исследования восприятия экономических ролей среди представителей еврейского и русского этносов, проживающих в Иркутской области. Показаны общность и специфичность в восприятии ролей продавца, покупателя, предпринимателя, плательщика налогов, производителя, потребителя, служащего социальной сферы и налогового инспектора представителями указанных этнических групп.

Ключевые слова: экономическая роль, модель «б П», ассоциативный метод, основные характеристики экономических ролей.

В последнее время рассмотрение проблем этнопсихологии приобретают все большую значимость в отечественной психологии. Появляется множество монографий и учебных пособий, посвященных этнопсихологическим проблемам. Это не является случайным.

Идеологический распад всего постсоветского пространства поставил перед всеми проживавшими на нем нациями ряд фундаментальных с точки зрения самоидентификации проблем. С потерей идеологических ориентиров, а вместе с ними и восприятия себя как части супернации «советский народ» практически во всех бывших республиках Советского Союза усилились националистические умонастроения. Причина этого видится в поиске самоидентичности перед лицом других государств – как западных, так и возникших на всей территории социалистического лагеря. Нам представляется логичным окончание этого поиска внутри своей этногруппы.

Возрождение национальных обычаев, праздников, в том числе и религиозных, позволяет заполнить образовавшийся вакуум. Данный процесс обособления различных этносов приводит не только к позитивным результатам, но и сопровождается рядом негативных тенденций (например, межнациональные конфликты). Амортизирующим фактором негативных тенденций в процессе поиска самоидентичности, на наш взгляд, может выступить установление добрых отношений в экономической сфере на принципах сотрудничества и взаимовыручки.

Причины неудач в рыночных преобразованиях экономики в конце XX в. видятся в инертности установок, ценностных ориентаций и образе восприятия мира, возникших в советский период. В настоящее время необходимо рассматривать успешность проводимых реформ с опорой на уже сложившиеся и складывающиеся особенности отношений и восприятия окружающего мира представителями различных этнических групп.

Так, согласно исследованию департамента политических программ Центра политических технологий подавляющее большинство россиян – от 65 до 80% – негативно относятся как к предпринимателям, так и к предпринимательству как явлению. Свыше 70% сограждан считают, что «в России нельзя заработать деньги законно» [1]. Согласно исследованию конца 90-х гг. этого центра были получены результаты, которые практически совпадают с исследованием начала XXI в. Авторы исследования отмечают, что когда респондентов просили ответить, кто такие предприниматели и чем они занимаются, наиболее частым ответом был «все они жу-

лики, мы их пока потерпим, но ничего хорошего от них ждать нельзя». Однако наряду с этим в последних исследованиях наметились и новые тенденции. Так, на фокус-группах, когда респонденты должны были назвать животных, с которыми у них ассоциируется образ предпринимателей, было замечено следующее. Чаще всего упоминались звери, вызывающие отвращение и страх: крыса и акула. В то же время заметное место в системе ассоциаций заняли мелкие и крупные животные, за которыми в культуре закрепились устойчивые положительные или нейтральные характеристики: слон, бобр, вол, муравей. Среди опасных животных упоминались и те, кого мы привыкли называть «благородными хищниками»: тигр, леопард, орел, пантера. Это образные синонимы не только опасности, но и силы. Исследователи на основании полученных данных склоняются к выводу, что россияне на самом деле испытывают к предпринимателям плохо осознаваемую симпатию [1]. Таким образом, мы видим, что наряду со старыми «советскими» отношениями к предпринимателям постепенно формируются и новые.

В 2004–2005 гг. нами было проведено исследование, касающееся особенностей восприятия экономических ролей представителями различных этнических групп. В выборку вошли представители еврейской и русской национальности, проживающие на территории Иркутской области. Всего в исследовании приняли участие 68 респондентов (34 русских и 34 еврея). Самому младшему из респондентов, вошедших в выборку, исполнилось 14 лет, самому старшему на момент проведения исследования было 78 лет. По половой принадлежности в выборке было 16 мужчин и 54 женщины (евреи – 11 мужчин и 23 женщины; среди русских – 5 мужчин и 29 женщин). Значительная часть респондентов на вопрос «В какой культурной традиции происходило ваше воспитание?» ответили, что в русской культурной традиции (60 ответов).

Респондентам было предложено написать, с какими животными у них ассоциируются некоторые экономические роли, а также указать для этих ролей 3–4 основные характеристики. Вопрос по характеру был открытым, и респондентам предлагалось проявить свободу воображения. Исследование имело целью выявить, какие архитипические образы присутствуют в восприятии различных экономических ролей представителями указанных этносов. Основное содержание этих образов закладывается в детстве. В основе их формирования лежат

сказки, с которыми знакомится ребенок. В соответствии с тем, на каких сказках, а точнее, на сказках какого народа он воспитывался, закладываются и соответствующие образы и основные их характеристики. Помимо сказок, архетипы становятся достоянием личности через знакомство с культурой своего этноса в целом. Это басни, пословицы, поговорки, мифология, религиозные воззрения, суеверия и т.д.

В качестве основы выделения экономических ролей мы взяли модель «6 П» А.Д. Карнышева, выделившего важнейшие «обобщенные» экономические функции, которые человек реализует в обществе: потребитель, производитель, покупатель, продавец, предприниматель, плательщик налогов. Однако мы расширили данный список, включив в него роли служащего социальной сферы и налогового инспектора. Роль служащего социальной сферы согласно модели «6 П» является разновидностью роли производителя. Нам было интересно выявить, насколько близки по своему содержанию роли производителя и служащего социальной сферы в восприятии респондентов. Роль налогового инспектора (также разновидность производителя) нами была включена для более полного анализа роли плательщика налогов.

«Потребитель» – отдельный человек или группа, а также организации различного масштаба и профиля, использующие различные вещи, продукты, идеи, товары и услуги в целях их потребления независимо от того, приобретают ли они объекты потребления, изготавливают сами или находят готовыми в природе. «Производитель» – отдельный человек или группа, непосредственно через свой труд участвующие в производстве предметов, продуктов и услуг, предназначенных удовлетворять разнообразные потребности людей. «Покупатель» – любой индивид или организация, приобретающие товары и услуги для удовлетворения своих потребностей, ради удовольствия или организации производства других товаров. «Продавец» – человек или организация, совершающие через различные рыночные механизмы удовлетворение потребностей и запросов потребителей. «Предприниматель» – человек или организация, использующие определенное сочетание средств (материальных, технических, информационных), являющихся личной или коллективной собственностью, для производства товаров и услуг и получающие определенный доход от их реализации. «Плательщик налогов», сборов акцизов, т.е. установленных государством выплат из доходов заработной платы за покупки определенного рода для нормального функционирования социальных институтов общества. В соответствии с указанной ролью каждой из функций присущи свои интересы в экономической сфере [2].

Итак, согласно нашим данным, роль производителя в представлении русского этноса чаще всего ассоциировалась с такими животными, как: «бык», «вол» или «корова» (8 выборов); «лошадь» или «конь» (5 выборов); «пчела», «бобер», «муравей» (по 3 выбора); «волк», «пе-

тух», «белка» (по 2 выбора). Следует отметить, что в русской культуре отношение к этим животным скорее положительное (исключая «волка»). Среди отрицательных персонажей, ассоциированных с производителем, из всех представленных, помимо «волка», был назван «осел». Наиболее часто встречающиеся характеристики этой роли можно выделить следующие: трудолюбие (11 выборов), выносливый (6 выборов), целеустремленный и организованный (по 4 выбора), сильный и плодовитый (по 3 выбора), упорный, работоспособный и стремление к наживе (по 2 выбора).

Представление роли производителя среди выборки евреев было в основных чертах схожим с представлениями русских. Также наиболее популярной ассоциацией с производителем выступили «бык» (13 выборов) и «конь» (6 выборов). Затем идут «кот» и «крот» (по 2 выбора). Среди отрицательных персонажей была отмечена «свинья». Основными характеристиками роли производителя стали: трудолюбие (15 выборов), настойчивость и выносливость (по 4 выбора), затем «работяга», аккуратность, инициативность, предприимчивость, хитрость, уверенность (по 3 выбора) и, наконец, ум, упорство, сила, целеустремленность, властность, жадность, надежность и терпимость (по 2 выбора каждый).

Как мы видим, в описании роли производителя как русскими, так и евреями преимущественно используются положительные характеристики. Так же в выборе животных респонденты ориентируются на традиционно (для русской культуры) положительные персонажи. Возникновение образа быка для характеристики производителя представляется вполне закономерным. В русской культуре существует устойчивое словосочетание «бык-производитель». Поэтому при предъявлении слова «производитель» вторая составляющая словосочетания актуализировалась. Традиционно с быком в русской культурной традиции связывают выносливость, упорство, целеустремленность, плодовитость, надежность, силу. Другие черты, такие как трудолюбие, организованность, имеют корни в других персонажах, неотъемлемо присутствующих в ближайшем окружении крестьянина. Это лошадь или конь, пчела, муравей. Лошадь всегда сопровождала крестьянина в нелегком труде земледельца и была ближайшим его помощником.

Роль потребителя у представителей русского этноса ассоциировалась с такими персонажами, как «кошка» (3 выбора), «лиса», «чайка» и абстрактно «птицы» (по 2 выбора). В ассоциативном ряду встретилось множество различных представителей животного мира, что говорит об отсутствии устойчивых ассоциаций, касающихся данной роли в представленной выборке. В целом эта роль характеризовалась как отрицательная: (только) ест (3 выбора), привередливость, самоуверенность, ничего не делает (по 2 выбора). Среди положительных характеристик респонденты указали бережливость (2 выбора).

Так же как и у русских, у представителей еврейского этноса наиболее популярным животным, ассоциировав-

шимся с ролью потребителя, стала «кошка» (4 выбора). Также были перечислены «собака» (3 выбора), «медведь», «крокодил», «корова», «обезьяна» (по 2 выбора). Наиболее важная характеристика, по мнению выборки, для потребителя всеядность (4 выбора), затем лень, эгоизм, хитрость (по 3 выбора), а также расточительность, неразборчивость, жадность, самомнение, глупость, наглость, обжорство (по 2 выбора). Среди положительных характеристик названы мягкость, избирательность и бережливость (по 2 выбора).

Образ кошки в русской культуре неоднозначен. Самостоятельность кошек, их относительная независимость от хозяина и относительная по сравнению с другими домашними животными скрытность в поведении и создают эту неоднозначность. С одной стороны, она символ уюта в доме, с другой – с этим животным связано много суеверий и верований. Кошки в русской культуре характеризуются мягкостью, любовью к теплу, ленивостью и капризностью. Без сомнения, роль потребителя как человека, получающего удовольствие от жизни, перекликается с образом кошки. Однако подобное отношение к жизни в русской культуре не приветствуется (достаточно вспомнить басню Крылова «Стрекоза и муравей»). Поэтому у респондентов выборка роль потребителя представлена скорее в отрицательном, чем в положительном аспекте.

Роль покупателя у русских представлена ассоциациями с такими животными, как «кот», «обезьяна» (по 4 выбора) и «заяц» (3 выбора). Среди основных характеристик роли фигурируют такие: подражательность (3 выбора, в оригинале – «копирует»), бережливость, глупость, доброта, придирчивость, любопытство (по 2 выбора).

Представители еврейской нации ассоциировали роль покупателя с «собакой», «ослом» (по 4 выбора), «овцой» и «зайцем» (по 3 выбора), а также с «волком» (2 выбора). Среди основных характеристик были выделены бережливость (4 выбора), неуверенность, осторожность, эгоизм (по 3 выбора) и наглость, умеренность, разборчивость, пассивность, жадность и оптимизм (по 2 выбора).

В сравнении с вышепредставленными ролями можно отметить некоторую уравновешенность в выделении обоими этносами как положительных, так и отрицательных характеристик в отношении роли покупателя. Различия в ассоциативных образах русских и евреев находят свое продолжение и в выделении характеристик. Образ обезьяны не типичен для русских сказок. Однако своим характеристикам, таким как любопытство, подражательность, глупость, придирчивость, образ обезьяны близок персонажам-обезьянам в баснях Крылова. Доброта и бережливость, присутствующие в характеристиках покупателя, имеют свои корни в образе кота (кот Матроскин из Простоквашино). Ассоциативный ряд и основные характеристики покупателя, отмеченные евреями, также имеют свои корни в еврейском фольклоре.

Наиболее часто встречаемая ассоциация среди русских участников исследования относительно роли про-

давца – «лиса» (12 выборов) и «собака» (5 выборов). Основные характеристики продавца, по мнению респондентов, – хитрость (10 выборов), изворотливость (4 выбора), общительность, злость (по 3 выбора), он тактичный, настойчивый и шустрый (по 2 выбора).

Евреи также чаще ассоциируют продавца с «лисой» (10 выборов). Затем идут «волк» (3 выбора), «кошка», «обезьяна», «собака» (по 2 выбора). Респонденты подчеркивают хитрость (11 выборов), ум и лживость (по 4 выбора), инициативность (3 выбора), а также самомнение, бестактность, стремление к наживе, эгоизм, равнодушные, ловкость, бережливость (по 2 выбора).

Архетипический образ лисы в русской традиции также неоднозначен. В некоторых сказках он носит черты положительного героя (например, «Лисица и Волк»), в других – отрицательного («Лиса и Заяц», «Лиса и Петух»). Чаще положительное описание лисы встречается в сравнении с более опасными хищниками. Хитрость лисы в русских народных сказках позволяет ей выпутываться из сложных ситуаций, а также является причиной ее несчастий. Несмотря на выделение общих характеристик (хитрость) и сходство в ассоциативном ряду («лиса»), можно отметить более отрицательное отношение к этой роли у представителей еврейского этноса.

Роль предпринимателя имеет у русских следующий ассоциативный ряд: «волк» (8 выборов), «кот», «лиса» (по 3 выбора), «лев», «медведь», «белка», «мул» или «лошадь» (по 2 выбора). Среди основных черт выделяют хитрость, инициативность (по 5 выборов), целеустремленность, ум (по 4 выбора), трудолюбие, изворотливость, выносливость (по 3 выбора), предприимчивость, организованность, способность извлекать выгоду (по 2 выбора).

Представители еврейского этноса в предпринимателе чаще видят «лису» (8 выборов), «волка», «льва» (по 3 выбора), «муравья», «коня» и «бобра» (по 2 выбора). Основные черты: хитрость (7 выборов), трудолюбие, стремление к наживе (по 5 выборов), самомнение (4 выбора), деловитость (3 выбора), эгоизм, бездушные, жадность и работоспособность (по 2 выбора).

Таким образом, можно отметить продолжение тенденции в постепенном изменении образа предпринимателя в сторону улучшения отношения со стороны общества. Следует указать еще одну особенность. Образ волка в русской культуре в сравнении с лисой более негативный, однако русские более склонны в описании роли предпринимателя использовать позитивные характеристики, чем евреи. Возможно, это обусловлено присутствием в русских волшебных сказках волка как помощника главного героя («Иван Царевич и Серый волк»). Показательна тенденция изменения архетипического образа предпринимателя в сравнении с аналогичным исследованием в сторону большего принятия и понимания [1]. Возможно, что в восприятии предпринимателя у русских присутствует некоторая доля уважения к таким людям, так как им требуются особые качества для решения задач, связанных с ведением бизнеса.

Ассоциативный ряд роли плательщика налогов у русских представлен «зайцем» (5 выборов), «овечкой» (3 выбора), «ягненком», «змеей» и «котом» (по 2 выбора). Основными характеристиками роли плательщика налогов стали: трусливость, мудрость, беспомощность, напуганность, глупость, хитрость (по 2 выбора).

Плательщик налогов, по мнению евреев, ассоциируется с «зайцем» (5 выборов), «собакой», «мышью», «коровой» и «ослом» (по 2 выбора). Среди характеристик были отмечены такие: скрытность (5 выборов), бережливость, хитрость, неуверенность, трусость (по 3 выбора), трудолюбие, обман, неряшливость, аккуратность, самокритичность, боязливость, жертва, уверенность в себе (по 2 выбора).

Таким образом, можно отметить внешнюю схожесть роли плательщика налогов (заяц) у русских и евреев. Однако содержательные характеристики роли различаются. Русские, по всей видимости, хуже евреев представляют содержание этой роли. Заяц, как персонаж русских народных сказок, выступает прежде всего как жертва, которая стремится избежать своей участи и заслуживает сочувствия. Плательщик налогов, по всей видимости, в представлении респондентов обоих выборок играет именно эту роль и провоцирует соответствующее отношение.

Роль служащего социальной сферы у респондентов русского этноса ассоциируется с «собакой» (6 выборов), «совой», «дятлом» (по 5 выборов), «хомяком» (2 выбора). Основными характеристиками стали: доброта (5 выборов), забота (4 выбора), отзывчивость, преданность, «лечит» (по 3 выбора), упертость, умность (по 2 выбора).

Евреи ассоциируют роль служащего социальной сферы с «собакой», «белкой» (по 3 выбора), «конем», «попугаем», «зайцем» (по 2 выбора). В качестве основных характеристик были отмечены такие: трудолюбие (6 выборов), доброта (5 выборов), самомнение (4 выбора), аккуратность (3 выбора), запасливость, инициативность, верность, неуверенность, бережливость, выносливость, молчаливость, забота (по 2 выбора).

Как показало исследование, роль служащего социальной сферы в ассоциативном ряду евреев и русских имеет черты сходства (собака). Собака как персонаж сказок также неоднозначна. С положительной стороны собака выступает как верный друг и спутник человека, исправно выполняющий свои обязанности. Однако ей присущи также и отрицательные черты, такие как злобность, подчинение силе, глупость; иногда негативных персонажей сказки в качестве наказания превращают в собаку (сказка «Двенадцать месяцев»). В описании служащего социальной сферы преобладают позитивные характеристики, что сближает данную роль с ролью производителя. Однако у русских роль производителя характеризуется прежде всего трудолюбием, а служащего социальной сферы – добротой. В восприятии евреев указанные роли более схожи.

Налоговый инспектор ассоциативно представлен в восприятии русских как «волк» (5 выборов), «коршун»,

«медведь», «собака», «тигр» (по 3 выбора). Данная роль характеризуется, по мнению респондентов, злостью (4 выбора), жесткостью, суровостью (по 3 выбора). Участники исследования также отмечают такие характеристики, как хозяин, дотошность и беспощадность (по 2 выбора).

У представителей еврейского этноса роль налогового инспектора ассоциируется с «волком» (4 выбора), «медведем», «шакалом» (по 3 выбора), «тигром», «соколом», «змеей», «собакой», «львом» (по 2 выбора). Основными характеристиками стали наглость, эгоизм (по 4 выбора), равнодушие, самомнение, хитрость, жадность (по 3 выбора), стремление к наживе, бережливость, строгость, подлость, уверенность, злость, любопытство (по 2 выбора).

Таким образом, можно отметить и в этом случае сходство образов в ассоциативном ряду, задаваемом данной ролью. Однако содержание этой роли у русских и евреев различается. Русские, по всей видимости, склонны обращать внимание на деловые качества налогового инспектора по принципу: «Не я такой, работа такая». Евреи же представляют его в более негативном свете, приписывая особенности поведения налогового инспектора его личностным качествам. Сравнивая роли налогового инспектора и плательщика налогов, можно сказать, что у евреев благодаря указанным характеристикам налогового инспектора основной характеристикой плательщика налогов стала скрытность.

Полученные данные можно сгруппировать в сводную таблицу (см. таблица).

Следует отметить еще одну особенность – ассоциативный ряд животных, представленный в выборке евреев, оказался богаче, чем в выборке русских (138 животных против 111). Причем у евреев 25% животных из этого ряда оказались жителями дальних стран, никогда не проживавшими на территории России. У русских таких животных меньше – 20%. Также евреи предложили большее число основных характеристик в описании экономических ролей (283 против 242). Данная тенденция предположительно связана с наличием творческой активности.

Проведенное исследование позволяет сделать следующие выводы.

У исследуемых народов ассоциативные ряды экономических ролей достаточно схожи. По всей видимости, это сходство обусловлено значительной долей респондентов внутри еврейской выборки, которые указали, что воспитывались в рамках русской культурной традиции. Также следует отметить влияние значительного позитивного опыта совместного проживания русских и евреев на территории Иркутской области. Однако содержательные характеристики ролей зачастую отличны. В целом указанные архетипические образы ролей и характерные их черты можно разбить на 3 группы: сходство образа и его содержание (роль производителя, потребителя), сходство образа и различия в его содержании (роли служащего социальной сферы, налогового инспектора, плательщика налогов, предпринимателя,

Роль	Параметры	Русские	Евреи
Производитель	Архетип роли	Бык	Бык
	Основные характеристики	Трудолюбие, выносливость, целеустремленность, организованность	Трудолюбие, настойчивость, выносливость
Потребитель	Архетип роли	Кошка	Кошка
	Основные характеристики	Только ест, привередливость, самоуверенность, лень	Всеядность, лень, эгоизм, хитрость
Покупатель	Архетип роли	Обезьяна	Осел
	Основные характеристики	Подражательность, придирчивость, любопытство, глупость	Бережливость, неуверенность, осторожность, эгоизм
Продавец	Архетип роли	Лиса	Лиса
	Основные характеристики	Хитрость, изворотливость, общительность, злость	Хитрость, ум, лживость, инициативность
Предприниматель	Архетип роли	Волк	Лиса
	Основные характеристики	Хитрость, инициативность, целеустремленность, ум	Хитрость, трудолюбие, стремление к наживе, самоничтожение
Плательщик налогов	Архетип роли	Заяц	Заяц
	Основные характеристики	Трусливость, беспомощность, глупость, хитрость	Скрытность, бережливость, хитрость, неуверенность, трусость
Служащий социальной сферы	Архетип роли	Собака	Собака
	Основные характеристики	Доброта, забота, отзывчивость, преданность	Трудолюбие, доброта, самоничтожение, аккуратность
Налоговый инспектор	Архетип роли	Волк	Волк
	Основные характеристики	Злость, жесткость, суровость	Наглость, эгоизм, равнодушие, жадность

продавца), различие в образе и содержании (роль покупателя). Наиболее сложными, по всей видимости, для подобного рода оценки для русских оказались роли потребителя и плательщика налогов. Особых сложностей

с оценкой экономических ролей представителями еврейской нации не наблюдалось. Также можно предположить наличие у этого народа большей творческой активности в сравнении с русскими.

Литература

1. Крысы, акулы и благородные барсы: Почему у нас не любят предпринимателей // Иркутская торговая газета. 2004. 7 апр. № 14. С. 5.
2. Карнышев А.Д., Жуков К.С., Шестак В.Ф. Психология и политика: вопросы теории и практики. Иркутск: Изд-во Иркут. ун-та, 2004. 364 с.

ETHNICAL FEATURES OF ECONOMICAL ROLE SEEING
V.N. Mungalov (Irkutsk)

Annotation. In the article we provide the results of our research about economical role seeing among representatives of the Russian and Jewish ethnic groups residing within Irkutsk region. We tried to show the similarity and peculiarities of seeing such roles as seller, buyer, proprietor, tax payer, producer, customer, an employee of social sphere and tax inspector.

Key words: economical role, model «6 P», associative method, the main features of economical roles.