

## СОДЕРЖАНИЕ И СТРУКТУРА МЕНТАЛЬНОГО ПРОСТРАНСТВА СИБИРЯКОВ (НА ПРИМЕРЕ РУССКИХ, БУРЯТ И ЕВРЕЕВ)

Представлен подход для анализа ментального пространства в рамках постнеклассической парадигмы. Ментальное пространство рассматривается как пространство, подчиняющееся логике самоорганизации человека как открытой системы. В формировании ментального пространства присутствуют два основных процесса: движение человека к продуктам культуры и движение артефактов культуры к человеку. Также в рамках предложенного подхода представлены данные сравнительного исследования вариативных и инвариантных характеристик ментального пространства бурят, евреев и русских.

**Ключевые слова:** ментальное пространство; постнеклассическая парадигма; вариативные и инвариантные характеристики ментального пространства; восприятие экономических ролей.

Развитие психологии с конца XIX в. и до настоящего момента можно описать как движение от классической методологии построения психологического знания к неклассической и постнеклассической. В.С. Степин [1] отмечает, что классическая парадигма предполагает в качестве доминирующих объектов научного анализа рассмотрение простых систем; сложные саморегулирующиеся системы доминируют в неклассической подходе, а сложные саморазвивающиеся системы являются основным вектором интереса для постнеклассической науки. Главным условием существования сложных саморазвивающихся систем является постоянное взаимодействие и взаимообмен такой системы с внешней средой. Именно постоянный обмен со средой является условием устойчивости открытых систем, к которым относится и человек.

Однако нельзя сказать о постепенной эволюции взглядов согласно указанному вектору. Картина преобразований выглядит несколько сложнее. Так уже во второй половине XIX в. в работах И.М. Сеченова [2], которого можно по праву назвать пионером естественнонаучного способа объяснения психических актов, можно встретить идеи и постнеклассического взгляда на предмет психологии. Он считал, что организм без внешней среды, поддерживающей его существование, невозможен; поэтому в научное определение организма должна входить и среда, влияющая на него. Проблема соотношения субъективного мира человека и объективного мира внешних объектов является той основой, благодаря которой возможно говорить о ментальном пространстве человека. Попытки решения этой проблемы разными психологами можно проследить с помощью анализа таких понятий, как: «переходные формы» между духом и материей в работах Л.С. Выготского, «жизненное пространство» К. Левина, «трансубъектные пространства» Д.Н. Узнадзе, «многомерный образ мира» А.Н. Леонтьева, «семантические поля».

В.Е. Ключко [3] описывает ментальное пространство как некое пространство между человеком и средой, которое подчинено не объективной логике среды и не субъективной логике человека, а логике самоорганизации человека как открытой системы. В ментальном пространстве субъективное начинает путь ко внешнему через поиск необходимого. И в нем же объективное приближается к внутреннему, выступая перед субъектом значимой для субъекта стороной. Фактически ментальное пространство выстраивается человеком и играет для него роль фильтра, отбирающего из многообразия объектов окружающего мира лишь те, которые отвечают требованиям человека.

Одной из самых важных характеристик ментального пространства является его многомерность. Многомерность ментального пространства задается встречей чувственных и сверхчувственных характеристик окружающего мира, а также многомерностью образа окружающего мира как результата взаимодействия этих характеристик [3, 4].

В структуре ментального пространства можно выделить минимум семь измерений, в которых реализует свою активность человек. Первые четыре – это пространственные характеристики физического объективного мира, в который человек попадает после рождения, и время. Другие три характеризуют субъективные пространства, которые человек выстраивает в детстве. Первые четыре пространственных координаты относят к чувственному познанию и составляют социокультурную ситуацию развития личности в конкретный исторический период, последние три сверхчувственны – значение, смысл и ценность [3]. Координата значений, предметный мир задаются потребностной сферой. У человека в этом процессе немаловажную роль играет слово. В формировании координаты смыслов преимущественное значение приобретает активность человека через регуляцию словом и опорой на эмоции. В формировании координаты ценностей вместе с личной активностью и словом участвуют требования социального окружения.

Образы мира, с которыми человек имеет дело, можно поделить на три группы: архетипы, социальные стереотипы и «рабочие» (или функциональные) образы. Архетип – врожденная установка к избирательному восприятию, переживанию и, возможно, некоторой форме поведения по отношению к определенным стимулам. Социальные стереотипы – устойчивое категоричное и крайне упрощенное представление (мнение, суждение) о каком-либо явлении, группе, исторической личности, распространенное в данной социальной среде, усваивается индивидом в процессе социализации. Социальные стереотипы – это штампы сознания, вырабатываемые социальной средой и приписываемые те или иные дескриптивные, ценностные и прескриптивные значения социальным группам и их типичным представителям. «Рабочие», или функциональные, образы – продукт личного взаимодействия с элементами реальности. Они динамичны, конкретны и отвечают требованиям актуального момента. Мы полагаем, что на них могут оказывать влияние как стереотипные представления, так и архетипические (через стереотипы). Однако такое влияние может быть минимальным в

непривычной и малознакомой ситуации, когда человек рассматривает прежний опыт как малопродуктивный.

В формировании ментального пространства присутствуют два основных процесса: движение человека к продуктам культуры и движение артефактов культуры к человеку. Мы рассматриваем эти два процесса в следующей логике. Неудовлетворенная потребность у ребенка провоцирует его на активный поиск предмета удовлетворения. Внешняя среда, а для человека она всегда является культурной средой, через взрослого предоставляет возможности для удовлетворения этой потребности. Получая предмет удовлетворения, ребенок, благодаря его соответствию своей потребности, понимает его значимость для себя, он обретает для него личностный смысл и с помощью взрослого постигает его ценность.

Одновременно с этим разворачивается и другой процесс. Предмет удовлетворения предстает перед ребенком в виде функционального образа этого предмета, с которым и происходит взаимодействие. Взрослый в этом процессе помогает выделить и осознать ребенку общие для всего класса объектов характеристики, формируя стереотипный образ. А те характеристики, которые не вошли в стереотипный образ предмета для удовлетворения конкретной потребности, воспринимаются не менее важными в свете возможностей для удовлетворения других потребностей, наполняют архетип специфическим культурным контекстом и содержанием.

Рассмотрение ментального пространства в представленной логике предполагает возможность постановки гипотезы о существовании преемственности ценностно-смысловых отношений и взгляда на мир у представителей разных этнических групп. Причем человек понимается нами как пространственно-временная система организации опыта взаимодействия с окружающими мирами (природным, физическим, социальным, культурным и пр.). Для проверки данной гипотезы нами было проведено исследование инвариантных и вариативных составляющих ментального пространства, участвующих в восприятии экономических ролей представителями различных этносов с помощью методов психосемантики и психодиагностики.

В качестве объекта исследования выступили образы некоторых экономических ролей, предложенные для рассмотрения А.Д. Карнышевым [5]. Это роли производителя, продавца, покупателя, потребителя, пред-

принимателя и налогового инспектора. Предметом исследования стали ценностно-смысловые структуры ментального пространства, отвечающие за восприятие экономических ролей. В выборку мы включили представителей русского, бурятского и еврейского этносов, проживающих на территории Восточной Сибири. Определение этнической принадлежности осуществлялось на основе самоидентификации респондентов. В исследовании было привлечено 156 человек. Из них 65 человек – русские (11 мужчин и 54 женщины), 47 человек – буряты (12 мужчин и 35 женщин), 44 человека – евреи (13 мужчин и 31 женщина) разных возрастных категорий.

Среди психосемантических методов мы использовали методику семантического дифференциала, относящуюся к группе методов шкалирования. В построении исследования для приближения процесса оценки экономических ролей к естественным условиям мы воспользовались семантической преднастройкой. За основу оценки каждой роли были взяты 12 биполярных шкал методики «Экспресс-диагностики системно-характерологических отношений личности», скомпонованных в 4 группы: отношение к себе, отношение к людям, отношение к делу и отношение к вещам [6. С. 34–35]. Для выявления ценностных ориентаций нами была взята методика «Диагностики реальной структуры ценностных ориентаций личности», которая была разработана С.С. Бубновым и направлена на изучение реализации ценностных ориентаций в реальных условиях жизнедеятельности. Степень выраженности каждой из полиструктурных ценностных ориентаций личности определяется с помощью ключа.

Обработка результатов происходила с помощью методов математической статистики с использованием программ Excel 2003 и SPSS (версия 13). После построения матрицы значений (для этого ответы каждого респондента переводились шкалу от 1 до 7 и заносились в таблицу) применялась процедура факторного анализа методом главных компонент с последующим поворотом факторных структур по принципу Варимакс. При выявлении факторов использовался критерий Кайзера.

Исследование проходило в два этапа. На первом этапе мы провели анализ исторического пути каждого из этносов для определения факторов и детерминант становления ментального пространства исследуемых этносов. Результаты этого анализа представлены в табл. 1.

Таблица 1

Сводные результаты анализа детерминант этнической культуры

Факторы, влияющие на формирование ментального пространства		Детерминанты ментального пространства		
		Евреи	Буряты	Русские
1		2	3	4
Географические	Ландшафт	Антропогенный городской	Тайга, сухие степи	Тажно-луговой в пойме рек.
	Климат	Не имеет значения	Резкоконтинентальный	Континентальный
	Природные ресурсы	Не имеют значения	Лес, пастбища, слабые плодородные почвы	Лес, почва менее плодородна, чем в Западной Европе
Экономико-политические	Экономические	Торговля, мелкое ремесленничество, позже также наука, журналистика, юриспруденция	Коллективная охота, собирательство, скотоводство	Земледелие в условиях высокой колеблемости урожайности, в Сибири добыча полезных ископаемых
	Политические	Ограничение прав, позже эмансипация	Мелкие междоусобицы, позже иммигранты с западной части России	Авторитарная власть, войны с агрессорами, двоевластие

1		2	3	4
Социокультурные	Социальные	Религиозная община, позже кризис идентичности	Кровнородственная община	Трудовая и религиозная община
	Культурные	Иудаизм	Шаманизм и буддизм	Православие
Системообразующий фактор (характеристика деятельности)		Индивидуальная деятельность, не требующая большой привязанности к земле	Коллективная охота, семейное скотоводство	Коллективная. Земледелие, война, в Сибири – добыча полезных ископаемых

На втором этапе был проведен опрос респондентов с целью выявления основных ценностно-смысловых характеристик ментального пространства участвующих в восприятии экономических ролей. Представителям выборок было необходимо оценить степень выраженности качеств, присущих выбранным нами экономическим ролям. После процедуры факторного анализа мы провели анализ содержательных характеристик выделенных факторов по трем основаниям: количество выделенных факторов, наличие двуполусных факторов и стратегия распознавания.

Стратегия распознавания оценивалась следующим образом. Мы определяли специфику, характеризующую каждый фактор (направленность на дело, социум, личность и вещи). Например, если в фактор входит несколько характеристик, разных по направленности, то мы определяли результирующий вектор направленности на основании суммирования коэффициентов корреляции, относящихся к каждой из направленностей. Большая сумма становилась основанием для вывода об общей направленности фактора. Результаты такой работы на основании данных факторного анализа представлены в табл. 2.

Данные таблицы показывают, что смысловые структуры ментального пространства респондентов обладают как чертами сходства, так и различия. Так, к чертам, объединяющим русских, бурят и евреев, можно отнести общее количество факторов в оценке представленных шести ролей (у всех групп респондентов 21 фактор). Данный показатель дает нам основания для констатации сходства в когнитивной сложности экономических ролей. Это говорит о том, что интеллектуальные усилия для решения задачи оценки предложенных ролей для каждого из этносов были сопоставимы.

Однако на основании содержательного анализа факторов можно утверждать о наличии своеобразия смыслового компонента ментального пространства. Так, евреи склонны разводить экономические роли на основании анализа направленности на социум. При оценке шести ролей эта направленность встретилась семь раз. Буряты преимущественно оценивают эти роли на основании двух направленностей: также по шесть шкал на дело и на вещи. Русские реализуют в стратегии оценки экономических ролей деловую и социальную направленность (по шесть шкал оценки).

Таблица 2

Результаты обработки данных факторного анализа данных по методике «Экспресс-диагностика системно-характерологических отношений личности» восприятия экономических ролей

Роль	Национальность	Кол-во факторов	Стратегия распознавания	Двуполусные факторы
Производитель	Евреи	4	Д-С-В-Л	Нет
	Буряты	4	Д-С-Л-В	Нет
	Русские	3	Д-С-Л	Нет
Продавец	Евреи	3	С-Л-В	Нет
	Буряты	3	С-Л-В	Нет
	Русские	3	Д-С-В	Нет
Потребитель	Евреи	3	Л-Д-Л	1
	Буряты	4	ДЛ-Д-Л-В	1
	Русские	4	Л-Д-В-С	Нет
Покупатель	Евреи	4	Д-С-В-ЛВ	1
	Буряты	3	С-Д-В	1
	Русские	4	ДЛ-С-Д-В	Нет
Налоговик	Евреи	4	Л-СВ-Д-СД	2
	Буряты	4	Л-Д-С-В	Нет
	Русские	4	Л-Д-В-С	Нет
Предприниматель	Евреи	3	С-Д-СВ	1
	Буряты	3	С-Д-В	Нет
	Русские	3	С-В-Л	Нет
Итого	Евреи	21	С	4
	Буряты	21	ДВ	2
	Русские	21	ДС	Нет

*Примечание.* Содержание шкал: Д – дело, С – социум, В – вещи, Л – личность; курсивом выделены факторы, имеющие меньший вклад в общую дисперсию.

Кроме того, евреи в оценке экономических ролей реализуют более рационалистическую стратегию распознавания экономических ролей (5 факторов из 21 двуполусные). Русские проявили в оценке большую эмоциональность, недифференцированность (нет ни одно-

го двуполусного фактора из 21). Промежуточное состояние между ними занимают буряты (2 двуполусных из 21). Суть этой стратегии у русских можно выразить так: ищем негативное качество в рассматриваемом объекте восприятия и, если его нет, помещаем его на

противоположный полюс. Причем негативное качество дифференцируется лучше, а противоположный полюс практически не рефлексивируется, но, по всей видимости, предполагается. Таким образом, русские реализуют «стратегию от». Евреи же чаще, чем другие, видят и оценивают противоположный полюс и в этом случае наряду со «стратегией от» реализуют «стратегию к».

Результаты по методике, исследующей ценностные ориентации, представлены на рис. 1.

При проверке различий по критерию  $\chi^2$  Пирсона значимых различий между выборками по шкалам выявлено не было за исключением данных по шкале высокий социальный статус и управление людьми (№ 7). Разница между показателями по этой шкале у русских и бурят с евреями на 1% уровне значимости, т.е. евреи менее ориентированы на достижения в этой сфере. Отсутствие значимых различий в ценностной сфере, за исключением данных по шкале «высокий социальный статус и управление

людьми» (у евреев этот показатель ниже), можно объяснить влиянием достаточно единого культурного поля.

Причиной этому, на наш взгляд, стали экономико-политические детерминанты. В частности религиозность евреев и ограничение прав в период изгнания накладывали ограничение на их участие в политической жизни государств, их принявших. Ведь занятие высоких государственных постов в христианском или мусульманском мире требовало отказа от соблюдения обычаев, принятых в иудаизме. А именно религиозная община оберегала народ от потери собственной идентичности и ассимиляции с другими народами. Так как евреи были лишены возможности мирно проживать на ландшафтах, где складывался их этнос, а на других их воспринимали настороженно, как пришлых, им приходилось встраиваться в уже существующие социальные отношения. В этом видится причина доминирования социальной направленности в оценке экономических ролей.

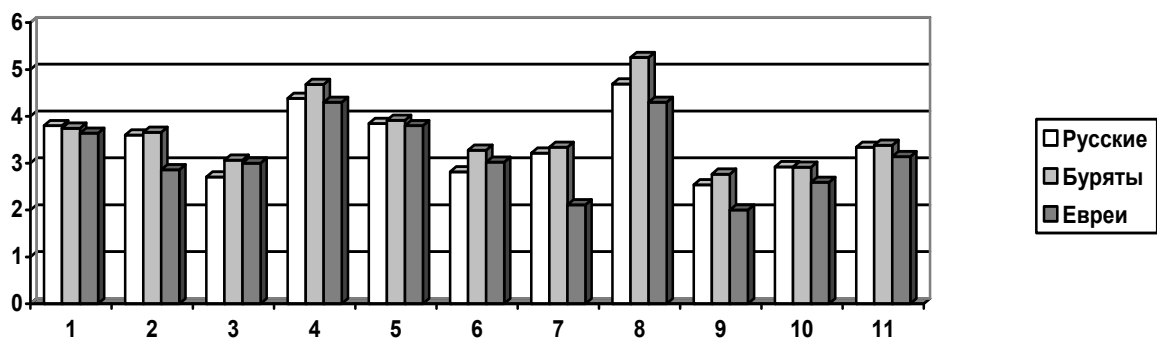


Рис. 1. Ценностные ориентации представителей русской, бурятской и еврейской этнических групп:

1 – приятное времяпрепровождение, отдых; 2 – высокое материальное благосостояние; 3 – поиск и наслаждение прекрасным; 4 – помощь и милосердие к другим людям; 5 – любовь; 6 – познание нового в мире, природе, человеке; 7 – высокий социальный статус и управление людьми; 8 – признание и уважение людей и влияние на окружающих; 9 – социальная активность для достижения позитивных изменений в обществе; 10 – общение; 11 – здоровье

У русских корни социальной направленности смысловой составляющей ментального пространства видятся в более сложных условиях земледелия (в сравнении с Западной Европой) и необходимостью вести оборонительные войны. Эффективность и того и другого предполагает развитие коллективных (общинных) форм взаимодействия. Причем это взаимодействие преследует цель успешного осуществления деятельности.

В свою очередь у бурят важной составляющей их выживания была, так же как и русских, успешность деятельности. Однако скотоводство с системой кочевков предполагает, что объединение людей в большие группы не требуется. Это снижает значимость социальных смыслов для выживания в сравнении с русскими и ев-

реями. В такой социальной ситуации для оценки незнакомого человека или группы людей приобретает большее значение имущественный критерий. То есть когда в степи скотовод встречает другого незнакомого ему скотовода, то уровень его благосостояния указывает на социальный статус последнего.

Таким образом, несмотря на единство информационно-культурного поля, представители исследуемых этнических групп продолжают транслировать новым поколениям ценностно-смысловые модели, сформированные столетия назад. В этом контексте представляется целесообразным учитывать специфику ментальных пространств при разработке рекламных, инновационных и пиар-проектов, предполагающих участие представленных в исследовании этносов.

## ЛИТЕРАТУРА

1. Степин В.С. Эпоха перемен и сценарии будущего. М., 1996.
2. Сеченов И.М. Медицинский вестник. 1861. № 26.
3. Ключко В.Е. Самоорганизация в психологических системах: проблемы становления ментального пространства личности (введение в транспективный анализ). Томск: Томский государственный университет, 2005. 174 с.
4. Леонтьев А.Н. Образ мира // Избранные психологические произведения. М.: Педагогика, 1983. С. 251–261.
5. Карнышев А.Д. Экономическая психология собственности: Учеб. пособие. Иркутск: БГУЭП, 2005. 316 с.
6. Фетискин Н.П., Козлов В.В., Мануйлов Г.М. Социально-психологическая диагностика развития личности и малых групп. М., 2002.

Статья представлена научной редакцией «Психология и педагогика» 29 февраля 2010 г.