

Наталья Викторовна Былинская

канд. психол. наук, доц., зав. каф. психологии

Брестского государственного университета имени А. С. Пушкина

Natallia Bylinskaya

Candidate of Psychological Science, Associate Professor,

Head of the Department of Psychology

of Brest State A. S. Pushkin University

e-mail: soloves_@mail.ru

КРОСС-КУЛЬТУРНОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ СОЦИАЛЬНЫХ ПРЕДСТАВЛЕНИЙ О ЗАВИСТИ У МОЛОДЫХ ЛЮДЕЙ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ И КИТАЯ (ч. 1)

Обсуждается феномен «зависть» в контексте социальных представлений, изложены результаты кросс-культурного исследования структуры и содержания социальных представлений о зависти, существующих в сознании мужчин и женщин, проживающих в Республике Беларусь и Китайской Народной Республике. Сравнительный анализ социальных представлений о зависти показал, что в их содержании есть общие и специфические факторы. Общие факторы свидетельствуют о единстве понимания, а специфические указывают на различие в представлениях о зависти: они в значительной мере уникальны и индивидуальны для каждого человека.

Ключевые слова: *зависть, представления, метод свободных описаний, факторный анализ, фактор, конструкт.*

Cross-Cultural Study of Social Representations about Envy among Young People of Republic of Belarus and China (Part 1)

This article discusses the phenomenon of «envy» in the context of social representations, presents the results of a cross-cultural study of the structure and content of social representations of envy that exist in the minds of men and women living in the Republic of Belarus and the People's Republic of China. A comparative analysis of social representations of envy showed that their content contains common and specific factors. Common factors indicate a unity of understanding, and specific factors indicate a difference in representations of envy: they are largely unique and individual for each person.

Key words: *envy, representations, free description method, factor analysis, factor, construct.*

Введение

Стремительный темп жизни, информационные перегрузки, повышенный уровень социальных конфликтов сказываются на сфере межличностного общения и социального взаимодействия людей. Политические события, социально-экономические и культурные изменения, которые произошли за последние десятилетия, привели к социальному неравенству, сепарационному отчуждению, социальной незащищенности и повлияли на отношения в обществе, в котором зависть рассматривается как дестабилизирующий механизм, нарушающий социальную коммуникацию людей разного пола, возраста, социального статуса, национальности и прочего [1, с. 4]. Поэтому без четкого понимания специфики социальных представлений людей о зависти ее невозможно контролировать.

Зависть можно интерпретировать как состояние, чувство, переживание неприязни к другому лицу по отношению к его счастью, благополучию, успеху, нравственности, культурному уровню или материальному превосходству, соединенное с чувством досады, враждебности к преуспевающему. Изучению феномена зависти посвятили свои исследования как зарубежные (А. Адлер, М. Кляйн, Э. Фромм, К. Хорни), так и отечественные (Е. П. Ильин, К. Муздыбаев, А. В. Петровский) авторы. Каждый ученый рассматривал зависть со своей позиции, подчеркивая неоднозначность обсуждаемого понятия. У большинства авторов зависть ассоциируется с негативными эмоциями, тем не менее в работах Т. В. Бесковой, Е. П. Ильина, К. Муздыбаева обозначены и конструктивные функции чувства зависти. Авторами не раз подчеркивалось,

что в обыденных представлениях людей женщины более завистливы по сравнению с мужчинами [2–4]. Однако среди исследований нами не было обнаружено работ, посвященных изучению структуры и содержания социальных представлений о зависти у мужчин и женщин. Социальные представления о зависти складываются у человека под воздействием разнообразных влияний окружающего мира. Особый вклад в их формирование вносят культура и менталитет, опосредующие социальные нормы, установки, ценности, мировоззрение и обеспечивающие культурные стандарты для членов общества.

Республика Беларусь и Китайская Народная Республика имеют свои особенности национального самосознания, религию, традиции, обычаи, культурные ценности, специфические черты характера людей, моральные устои, ценностные ориентации. Соответственно, можно предположить, что у людей с разным менталитетом, культурными ценностями и традициями представления о зависти будут иметь свою специфику. В последние годы между нашими странами интенсивно развивается политическое, экономическое, культурное сотрудничество, что, безусловно, подразумевает налаживание конструктивных взаимоотношений между людьми. Поскольку социальные представления включены в картину мира и являются регулятором социального взаимодействия, изучение структуры и содержания представлений о зависти у людей, проживающих в Беларуси и Китае, позволит расширить знания о роли данного феномена в их поведении и коммуникации.

Организация исследования

Целью исследования являлось определение структуры и содержания социальных представлений о зависти у молодых людей из Республики Беларусь и КНР методом свободного описания. Данный метод представляет собой спонтанное написание респондентами вербального текста, носящего рефлексивный характер, в ответ на предъявляемую им инструкцию.

Исследование проводилось в Республике Беларусь и Китайской Народной Республике. В сборе эмпирических данных участвовала магистрант кафедры психологии Брестского государственного универси-

тета имени А. С. Пушкина Чжэн Чжихуань. Общая численность респондентов, принимавших участие в исследовании, составила 160 человек: 50 молодых мужчин и 50 молодых женщин из Республики Беларусь, 30 молодых мужчин и 30 молодых женщин из КНР. Сбор материалов исследования осуществлялся на добровольной основе с сохранением полной анонимности респондентов.

Процедура проведения исследования заключалась в том, что респондентам предлагалось написать ассоциации на слово «зависть», при этом не давалось установок на преимущественное или ограниченное описание каких-либо отдельных феноменов. В данном сочинении участникам исследования предоставлялась возможность изложить собственные мысли в порядке их возникновения, не заботясь об их последовательности, грамматике и логике. Свободная форма описания позволяла респондентам указать особенно значимые для их субъективного восприятия характеристики зависти, а также выразить свое отношение к данному феномену. Таким образом, в результате применения метода свободного описания был собран необходимый эмпирический материал, который у каждого участника проводимого исследования по содержательному наполнению, структуре и объему являлся различным.

Приведем несколько примеров ассоциативных рядов по тематике исследования:

«ближний, грех, ярость, гордость, брат, здоровье, негатив, боль, плохое предчувствие» (мужчина, 19 лет, Республика Беларусь);

«плохо, ненависть, гордость, сосание, восторг, деньги, тренировка, спорт» (мужчина, 20 лет, Республика Беларусь);

«победитель, спор, наглость, злоба, разминка, процветание, работа, радость, злорадство, стимул роста, друг, отсутствие ассоциации, победа» (мужчина, 22 года, Республика Беларусь);

«бизнес, продвижение по службе, успех в жизни, победа, мастер, начальник, деньги, здоровье, большая квартира, достаток, большая зарплата» (мужчина, 19 лет, Китайская Народная Республика);

«заработок, достаток, спортивная победа, нелюбовь, карьера, большая зарплата, много денег, переезд в столицу, популярность» (мужчина, 20 лет, Китайская Народная Республика);

«власть, деньги, карьера, вражда, директор, успешный бизнес, бизнес, последователи» (мужчина, 23 года, Китайская Народная Республика);

«друг, красивые вещи, семья, дети, здоровье, не люблю, карьера, ненависть, злоба, друг, ревность» (девушка, 18 лет, Республика Беларусь);

«украшения, автомобиль, образование, здоровье, тренировка, не позавидуешь, достаток в семье, брат» (девушка, 19 лет, Республика Беларусь);

«красота, деньги, семья, муж, богатство, спорт, плохой человек, плохое самочувствие, здоровье, сестра» (девушка, 21 год, Республика Беларусь);

«удачный брак, повышение зарплаты, дорогие покупки, много денег, переезд в большой город, повышение на работе» (девушка, 19 лет, Китайская Народная Республика);

«карьера, продвижение по службе, выйти замуж, плохо, власть, новый дом, Пекин, успешный бизнес, ложь» (девушка, 20 лет, Китайская Народная Республика);

«здоровье, собственный бизнес, предметы роскоши, удачный брак, корысть, хочу слишком многого» (девушка, 23 года, Китайская Народная Республика).

Собранный эмпирический материал обрабатывался посредством частотного анализа, для вторичной обработки данных которого был использован факторный анализ как метод сокращения данных и как метод структурной классификации (программа SPSS, метод главных компонент с подпрограммой варимакс-вращения). В результате переменные сводились в несколько групп – факторов. В один фактор объединялись несколько переменных, тесно коррелирующих между собой. В результате факторизации матрицы корреляций была получена матрица, элементами которой выступают факторные нагрузки – коэффициенты корреляции фактора с каждой из переменных, представленных в исследовании. Соответственно, вместо изначального большого объема переменных была получена хорошо структурированная

конфигурация, в которой часть переменных объединяется друг с другом. Таким образом, факторный анализ позволил решить две важные проблемы в процессе исследования: описать объект измерения всесторонне и в то же время компактно.

Итогом факторного анализа выступили «связки» характеристик, образующих фактор. То содержание, которое с точки зрения математики образует фактор, на психологическом уровне означает категорию (или объединение качеств), образующих структуру и содержание представлений респондентов. Разные качества (дескрипторы, характеристики) вносят разный вклад в образование категории.

Цифры, стоящие возле каждого качества, означают его нагрузку: чем больше их значение, тем больше вес определенного качества в образовании фактора. Кроме иерархии качеств, образующих категорию, факторный анализ позволяет определить также ее субъективную значимость, выраженную в процентах общей дисперсии.

Основаниями для отбора факторов для анализа обсуждения стали значимость по критерию Кайзера и неслучайность валентности для респондентов (т. е. превышение 5 %-го вклада в общий разброс значений). Полученные в итоге факторы являются отражением конструкторов, опосредующих понимание респондентами феномена «зависть».

Результаты и их обсуждение

Для обсуждения представлены результаты обработки полученных данных. Проанализируем независимые, ортогональные факторы, наиболее значимые по своей валентности для молодых мужчин.

Представления о зависти у молодых мужчин, проживающих в Республике Беларусь (n = 50).

Первый фактор (11,9 % общей дисперсии) включает следующие шкалы-дескрипторы:

Ненависть (0,856)

Злорадство (0,807)

Негатив (0,698)

Грех (0,583)

Злоба (0,562)

Плохо (0,553)

Содержание первого по субъективной значимости фактора для молодых мужчин, проживающих в Республике Беларусь, говорит о том, что зависть является негативным явлением. Появление этого фактора в качестве ведущего вполне ожидаемо, т. к. люди считают зависть деструктивным чувством и предпочитают не признаваться ни себе, ни другим в ее наличии [4]. Исходя из дескрипторов, объединенных в первый фактор, данный конструкт можно назвать «*Отрицательные эмоции*».

Второй фактор (10,5 % общей дисперсии) образован следующими дескрипторами:

Тренировка (0,854)

Спорт (0,745)

Победитель (0,741)

Победа (0,617)

Наглость (0,576)

Разминка (0,575)

Второй по субъективной значимости фактор образуют шкалы, которые свидетельствуют о том, что зависть мужчины рассматривают не только как отрицательное явление, но и с точки зрения позитивного представления о нем. По мнению мужчин, зависть может быть своеобразным стимулом активности и определенных действий. В конструктивном смысле зависть может стимулировать высокие достижения в спортивной деятельности, где процесс соревнования всегда подразумевает соперничество, конкуренцию, стремление к победе и желание быть лучшим, первым, победителем, что очень значимо для представителей мужского пола. Содержание данного фактора, зафиксированного в структуре представлений о зависти у молодых мужчин, проживающих в Республике Беларусь, позволяет обозначить его как «*Спорт*».

Третий фактор (9,2 % общей дисперсии) включает шкалы:

Работа (0,887)

Процветание (0,815)

Стимул роста (0,408)

Деньги (0,401)

Содержание третьего фактора обозначает, что для молодых мужчин этой группы респондентов зависть ассоциируется со стимулом к карьерному росту, связанному с материальным достатком, о чем свидетельствует дескриптор «деньги», включенный в содержание фактора. Конечно, для мужчин

принципиально важно реализовать себя в профессиональной карьере, достичь в ней высоких успехов, чтобы быть независимым, свободным и твердо, уверенно стоять на ногах. В этом контексте зависть можно рассматривать как стимулирующее явление, благодаря которому возможно достижение определенных целей и успеха. Данный конструкт, в который включены дескрипторы «работа», «процветание», «стимул роста» и «деньги», можно назвать «*Карьера*».

Четвертый фактор (7,4 % общей дисперсии) содержит следующие характеристики:

Ближний (0,799)

Брат (0,740)

Здоровье (0,697)

Друг (0,615)

Ярость (0,609)

Содержание данного фактора представляет интерес, т. к. в него входят дескрипторы, обозначающие проявление чувства зависти к близким людям (брат, друг, ближние) и даже к состоянию их здоровья. Необходимо отметить, что люди часто испытывают чувство зависти к представителям ближнего окружения. При этом люди склонны завидовать здоровью, счастью, семье, благополучию, успеху, материальному достатку, социальному статусу и прочее. Признание превосходства, успеха, благополучия другого соединяется с чувством досады, ярости, враждебности к преуспевающему. Следуя содержанию этого фактора, назовем его «*Ближний круг*».

Пятый фактор (7,2 % общей дисперсии) включает следующие шкалы:

Спор (0,886)

Радость (–0,660)

Гордость (–0,582)

В содержание пятого фактора включены двухполюсные дескрипторы с отрицательными нагрузками. Это говорит о том, что зависть, по мнению респондентов, не вызывает ни радости, ни гордости. В данном факторе речь идет о соперничестве, которое провоцируется наличием у людей чувства зависти. Этот конструкт, зафиксированный в структуре представлений молодых мужчин, проживающих в Республике Беларусь, обозначим как «*Соперничество*».

Представления о зависти у молодых мужчин, проживающих в Китайской Народной Республике (n = 30).

Первый фактор (8,3 % общей дисперсии) включает ряд следующих характеристик:

Успешный бизнес (0,997)

Продвижение по службе (0,997)

Начальник (0,855)

Карьера (0,815)

Содержание первого по субъективной значимости фактора для молодых мужчин, проживающих в Китайской Народной Республике, говорит о том, что зависть стимулирует движение к успешной карьере. Люди в Китае привыкли много работать, чтобы достигать поставленных целей, важными из которых являются карьерный рост, профессиональное становление, статус. Когда все это получается у других людей, то это вызывает чувство зависти к ним и заставляет предпринимать активные действия для собственного роста. Этот ведущий по субъективной значимости конструкт, зафиксированный в структуре представлений молодых мужчин из Китайской Народной Республики, обозначим как «*Карьера*».

Второй фактор (7,8 % общей дисперсии) образован следующими дескрипторами:

Достаток (0,853)

Большая зарплата (0,769)

Много денег (0,733)

Заработок (0,561)

В содержание данного конструкта включены шкалы, которые говорят о том, что зависть возникает к богатству и высоким материальным доходам. На протяжении длительного периода истории Китая его жители испытывали бедность и голод. Для многих китайцев быть богатым было когда-то невозможно. Теперь ситуация изменилась: появилось много возможностей для самореализации. По мнению респондентов, настоящая движущая сила и цель высокого заработка состоит в том, чтобы проявить себя, добиться более высокого уровня жизни и улучшить свои достижения. «С мешком золота и в аду будет хорошо», – гласит китайская поговорка, иллюстрирующая отношение к деньгам и материальным ценностям. Содержание зафиксированных во втором факторе дескрипторов позволяет нам назвать его «*Богатство*».

Третий фактор (7,1 % общей дисперсии) включает шкалы:

Победа (0,724)

Мастер (0,708)

Спортивная победа (0,444)

Содержание данного фактора является близким к содержанию второго фактора, выделенного в структуре представлений молодых мужчин, проживающих в Республике Беларусь, по мнению которых зависть может стимулировать высокие достижения в спортивной деятельности, где процесс соревнования всегда подразумевает соперничество, конкуренцию, стремление к победе и желание быть лучшим, первым, победителем. Данный фактор уже ранее был назван «*Спорт*».

Четвертый фактор (6,9 % общей дисперсии) включает следующие характеристики:

Здоровье (0,808)

Власть (0,773)

В его содержание включены две шкалы (здоровье и власть), которым, согласно представлениям мужчин, можно завидовать. В менталитете китайцев здоровье – залог долголетия. Китайцы считают, что достижение долголетия на основе здоровья является одним из конечных целей жизни человека. Когда человек здоров, он имеет все возможности реализоваться в жизни, чему, безусловно, по-хорошему можно позавидовать. Данный конструкт обозначим как «*Здоровье*».

Пятый фактор (6,2 % общей дисперсии) образован шкалами:

Успех в жизни (0,850)

Большая квартира (0,708)

Переезд в столицу (0,682)

Популярность (0,612)

По мнению молодых мужчин, проживающих в Китайской Народной Республике, богатство является значимым символом успеха. Богатство дает возможность значительно улучшить качество жизни, создать собственный бизнес, обеспечить достойное жилье, хорошую машину. Содержание пятого по субъективной значимости для респондентов фактора позволяет обозначить его как «*Успех*».

Таким образом, результаты факторного анализа свидетельствуют о наличии общих и специфических факторов, включенных в структуру социальных представлений о зависти у молодых мужчин, проживающих в Республике Беларусь и Китай-

ской Народной Республике. Общие конструкторы свидетельствуют о схожести содержания представлений респондентов об обсуждаемом феномене, специфические конструкторы указывают на уникальность содержания представлений о зависти, обусловленную различием в ментальности, картине мира и прошлом опыте.

Общими для двух групп респондентов являются факторы «Спорт» и «Карьера». Содержание этих факторов свидетельствует о позитивном характере чувства зависти, которое выступает своеобразным стимулом для собственных достижений и реализации целей.

Специфическими факторами в представлениях о зависти у молодых мужчин из Республики Беларусь являются «Отрицательные эмоции», «Ближний круг», «Соперничество». Содержание этих факторов свидетельствует о том, что зависть, включающая соревнование, соперничество с другим, вызывает отрицательные переживания и негативные мысли, связанные с пониманием того, что у кого-то другого есть то желанное, чего человек не обнаруживает у себя. Это вызывает ярость, злобу, гнев, негатив к

нему. При этом молодые люди с осуждением относятся к переживанию чувства зависти, преимущественно относя его к категории негативных явлений, и ассоциируют его с грехом.

Специфическими факторами в представлениях о зависти у молодых мужчин из Китайской Народной Республики являются «Богатство», «Здоровье», «Успех». Содержание этих специфических конструкторов свидетельствует о наличии зависти к людям, которым сопутствуют удача и успех и которые достигли благополучия. Это может рассматриваться как проявление мотивации достижения, при которой чьи-то преимущества в обретении социального статуса, власти, материальных благ, здоровья могут восприниматься как угроза ценности собственного Я и сопровождаться негативными переживаниями и действиями.

В следующей статье автора будет продолжено обсуждение результатов исследования структуры и содержания социальных представлений о зависти у молодых женщин, проживающих в Республике Беларусь и Китайской Народной Республике.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Пилишина, А. В. Зависть в контексте межличностных отношений : дис. ... канд. психол. наук : 19.00.05 / Пилишина Анастасия Владимировна ; Санкт-Петерб. гос. ун-т. – СПб., 2015. – 179 л.
2. Муздыбаев, К. Завистливость личности / К. Муздыбаев // Психологический журнал. – 2002. – Т. 23, № 6. – С. 37–49.
3. Бескова, Т. В. Социальная психология зависти / Т. В. Бескова. – Саратов : Наука, 2010. – 191 с.
4. Ильин, Е. П. Психология зависти, враждебности, тщеславия / Е. П. Ильин. – СПб. : Питер, 2014. – 308 с.

REFERENCES

1. Pilishina, A. V. Zavist' v kontiektstie miezhlichnostnykh otnoshenij : dis. ... kand. psikholog. nauk : 19.00.05 / Pilishina Anastasiya Vladimirovna ; Sankt-Pietierb. gos. un-t. – SPb., 2015. – 179 l.
2. Muzdybajev, K. Zavistlivost' lichnosti / K. Muzdybajev // Psikhologichieskij zhurnal. – 2002. – T. 23, № 6. – S. 37–49.
3. Bieskova, T. V. Social'naja psikhologija zavisti / T. V. Bieskova. – Saratov : Nauka, 2010. – 191 s.
4. Il'in, Je. P. Psikhologija zavisti, vrazhdiebnosti, tshchieslavija / Je. P. Il'in. – SPb. : Pitier, 2014. – 308 s.

Рукапіс наступіў у рэдакцыю 08.05.2025