

Карине СААКЯН, Карине ГАЛОЯН

СТЕРЕОТИПЫ В КОНТЕКСТЕ ЭТНО – Я И ЭТНО-МЫ

Стереотипы - устойчивые образования, актуализирующиеся (воспроизводящиеся в сознании и поведении человека) в соответствующих ситуациях. Актуально же они «живут» в подсознании, хотя обычно без особого труда осознаются.

Под этническими или национальными стереотипами понимают относительно устойчивые мнения обобщенного характера о той или иной этнической группе.

Наиболее разработанную концепцию структуры этнических стереотипов предложил Л. Эдвардс, который выделяет в их структуре следующие четыре компонента, или измерения:

- содержание - те характеристики или черты, которые приписываются социальной или этнической группе. Это то, что мы назвали выше познавательным блоком стереотипов;
- единообразие - то, в какой мере различные индивиды (например, испытуемые в ходе экспериментов) согласны друг с другом в том, что данная группа действительно имеет те черты, которые ей приписываются;
- направленность - то, что показывает, каким образом воспринимается объект стереотипа: положительно или отрицательно. Это измерение определяют по соотношению положительных и отрицательных черт, которые входят в состав стереотипа;
- интенсивность - уровень предубежденности по отношению к этнической группе. Эту особенность стереотипа определяют путем ранжировки тех черт, которые приписываются этой группе.

Эта концепция также с достаточной ясностью показывает, что стереотип не что иное, как разновидность социальной установки. Здесь фактически описывается сходная с социальной установкой структура. Если так, то существует возможность широкого применения в этнической психологии всех тех результатов, которые получены в теории социальной установки.

Социальные психологи считают, что эти четыре «измерения» стереотипа взаимосвязаны. И это понятно, так как каждый стереотип является психологической структурой.

Выделяются следующие разновидности этнических стереотипов:

Гетеростереотипы являются стереотипными представлениями о другой этнической группе или нации.

Автостереотипы - стереотипные представления народа о самом себе. В то время как гетеростереотипы очень часто (но не обязательно) являются отрицательными, в группе автостереотипов каждого этноса обычно преобладают положительные стереотипные представления о себе.

В стереотипах, как мы уже знаем, имеются не только образы и суждения о том или ином этносе, но и оценочные суждения. Эти оценки могут быть положительными (позитивными) или отрицательными (негативными). Причем подобные оценки, всегда вызывают в психике людей соответствующие эмоции – положительные или отрицательные.

Исходя из критерия эмоциональной оценки, выделяют еще два вида (типа) этнических стереотипов: положительные и отрицательные. Положительные стереотипы - это утверждающие, положительные суждения и оценки тех или иных черт этнической группы или этноса в целом. Отрицательные стереотипы, наобо-

рот, утверждают, что определенная этническая группа обладает некоторыми отрицательными чертами и способна на нежелательные, вредные действия.

По предмету или объему содержания выделяют самые различные разновидности стереотипов. В принципе мы можем иметь столько социальных стереотипов, сколько групп людей знаем. Существуют стереотипные суждения о женщинах и мужчинах (как социальных группах или категориях), о шоферах, бухгалтерях, ученых, пенсионерах, чиновниках и других группах.

Модальные этнические стереотипы, выделяются исходя из предположения, что существует модальная личность этноса. Стереотипы, касающиеся черт модальной (или базисной) личности, называют модальными этническими стереотипами. Можно было бы назвать их также ведущими чертами этнического (национального) характера и, соответственно, ведущими этническими стереотипами.

Нетрудно догадаться, что модальные этнические стереотипы подразделяются на две подгруппы:

- модальные этнические автостереотипы;
- модальные этнические гетеростереотипы.

Сильная отрицательная установка способствует порождению главным образом отрицательных модальных гетеростереотипов.

Можно выделить следующие основные функции этнических стереотипов:

Функция экономии мышления - стереотипы, упрощают картину объективной реальности, создают категории и схемы представлений, облегчая наши мыслительные процессы.

Функция сохранения существующего общественного строя - поскольку социальные стереотипы являются устойчивыми представлениями о социальных группах и обществе, то если мы их принимаем, считая правильными («само собой разумеющимся»), тем самым мы принимаем как бы «естественность» и незыблемость той социальной реальности, в которой находимся. Тем самым мы становимся сторонниками сохранения существующего социального порядка, в частности этнической стратификации общества. Действительно, стереотипы консервативны и, если становятся мнениями и убеждениями людей, способствуют сохранению и защите общественного строя. Поэтому разрушение группы стереотипов - начало социальных изменений.

Функция выражения протеста - когда какая-либо социальная группа или государство проводит политику, не удовлетворяющую определенные группы людей, в этих социальных средах начинают формироваться отрицательные стереотипы в отношении власти или этих групп. Таким путем люди выражают протест против неприятной реальности. Создание стереотипов - этап психологической подготовки социальных действий.

Функция искажения реальности - как мы видели уже из определения стереотипов, они нередко искажают реальность, во всяком случае, сильно упрощают ее. Это помеха на пути к научному познанию общества, этносов и межэтнических отношений. Но бывает и так, что определенные индивиды или группы людей заинтересованы именно в искажении социальной реальности, положение людей в обществе и т.п. Тогда искажающий потенциал социальных и этнических стереотипов становится их необходимой используемой функцией.

Следует знать те специфические условия, которые требуют появления стереотипов и способствуют возникновению этих социально-психологических явлений.

Исторически так сложилось, что подавляющее большинство исследований стереотипов как у нас в стране, так и за рубежом посвящено именно этническим

стереотипам. Однако, несмотря на огромное количество собранного эмпирического материала, до сих пор существует неопределенность относительно ряда принципиальных вопросов, в том числе не решены проблемы истинности стереотипов, соотношения между стереотипом, предубеждением и поведением.

Одной из причин того, что эти проблемы до сих пор не получили удовлетворительного решения, является недостаточная методическая вооруженность социальных психологов. Впрочем, этнические стереотипы или, по крайней мере, их отдельные компоненты исследовались и исследуются самыми разными способами — начиная с применения метода наблюдения и заканчивая использованием проективных тестов. При изучении стереотипов чаще всего эмпирическому исследованию подвергаются три их «измерения»: содержание, направленность как общее измерение благоприятности и степень благоприятности. Эти характеристики не являются однопорядковыми: главное в стереотипе — его когнитивное содержание, а направленность — это уже эмоциональная окрашенность того или иного содержания. Классификацию техник изучения этнических стереотипов предложил В. С. Агеев:¹

- метод свободного описания в нескольких его разновидностях;
- метод прямого опроса (список личностных черт, диагностический тест отношений и др.);
- проективные методы;
- психосемантические методы.

Конечно, как и при изучении любого другого социально-психологического феномена, не существует универсального метода, позволяющего выявить все компоненты этнических стереотипов, все их характеристики. Каждое методическое средство имеет свои достоинства и недостатки. В настоящее время большое внимание уделяется психосемантическим методам, которые позволяют получить количественное измерение составляющих образа того или иного этноса, а значит, подойти к собственно психологическому его изучению.

В качестве примера использования одного из наиболее известных психосемантических методов — *частного семантического дифференциала* — можно привести исследование этнических стереотипов американцев, афганцев, индийцев, кубинцев, поляков, русских, финнов и японцев. Стимульный материал представлял собой 40 оценочных биполярных шкал, в основном из варианта вербального семантического дифференциала. Сравнительный анализ этнических стереотипов был проведен по десяти выделенным факторам, в соответствии с которыми по всей выборке дифференцировались образы восьми исследуемых народов. Метод построения субъективных семантических пространств позволил изучить стереотип на уровне образа. Но в то же время полученные результаты, как и в любом другом случае, когда используется семантический дифференциал со стабильным набором оценочных шкал для изучения стереотипов нескольких народов, не позволили выявить достаточно точное содержательное описание стереотипа каждого конкретного этноса. Метод семантического дифференциала с использованием факторного анализа пригоден не для выявления содержания стереотипов, а для более глубинного исследования механизма стереотипизации.

При изучении этнических стереотипов используются и другие психосемантические методики, в частности разработанная В.Ф. Петренко *методика «множественной идентификации»*, при помощи которой проводятся сопоставле-

¹ В. Агеев, *Межгрупповое взаимодействие: социально-психологические проблемы*. М., 1990.

ние ролевых позиций и выявление стоящих за ними идентификаций через описание характерных поступков.

Апробация методики проводилась армянской выборкой девушек-студенток, для которых было выделено 90 возможных поступков из семейно-бытовой сферы («познакомиться с парнем на улице», «стремиться к высшему образованию», «распоряжаться семейным бюджетом», «курить сигареты», «не выйти замуж за любимого, так как этого не хотели родители» и т.п.). Поступки выделялись с учетом их типичности для сопоставляемых культур и естественности для исследуемой социальной группы. Испытуемые оценивали вероятность каждого поступка по шестибальной шкале — от 0 до 5 — с двенадцати ролевых позиций: 1) я сама; 2) моя мать; 3) идеал женщины с моей точки зрения; 4) идеал женщины, принятый в обществе; 5) типичная женщина; 6) женщина 40 лет назад; 7) женщина через 20 лет; 8) женщина с неудавшейся личной жизнью; 9) презираемая мной женщина; 10) русская (для испытуемых армянок); армянка (для испытуемых русских); 11) грузинка; 12) эстонка.

Формой обработки данных и одновременно формой их представления явилось построение субъективных семантических пространств с использованием факторного анализа, который позволил свести множество поступков к обобщенным «поступочным» факторам, объединяющим сходные поступки в одно измерение.

Можно согласиться с автором методики, что подобные психосемантические техники обладают большей, чем описания человека с помощью перечня его качеств, «...степенью проективности, так как каждый человек домысливает возможные мотивы поступков исходя из собственных установок и ценностей»². Впрочем, описанная выше методика позволяет выявить стереотипы лишь в отношении семейно-бытовой сферы, а для исследования комплексного стереотипа необходимо дополнительно выделить поступки, типичные для определенной культуры в других сферах жизнедеятельности. Однако методика «множественной идентификации» и в своем настоящем виде достаточно громоздка для проведения и обработки данных, чтобы быть широко используемой при массовых опросах.

При изучении этнических стереотипов чаще всего используются методы прямого опроса, намного более простые и доступные, но имеющие серьезный недостаток, заключающийся в возможном влиянии на результаты социальной желательности тех или иных личностных черт. Наиболее популярны среди социальных психологов следующие опросные техники:

- приписывание качеств из набора личностных черт;
- биполярные шкалы;
- процентная методика Дж. Бригема;
- выявление «диагностического коэффициента» К. Макколи и К. Ститта.

Первую методику типа «Приписывание качеств» предложили Д. Кац и К. Брейли в 30-е гг. XX века³. В исследовании этих авторов студентам Принстонского университета было предложено выбрать из 84 черт наиболее характерные для 10 этнических групп: белых американцев, негров, китайцев, англичан, немцев, итальянцев, ирландцев, японцев, евреев и турок. После первоначального выбора испытуемых просили вернуться к составленным ими десяти спискам и отметить пять качеств, являющихся наиболее типичными для членов каждой группы.

² В. Петренко. *Основы психосемантики*. М., 2005, стр. 221.

³ D. Katz, K. Braly, *Racial stereotypes of one hundred college students* // *Journal of Abnormal and Social Psychology*. 1933. Vol. 28.

Учитывая только эти пять качеств, Кац и Брейли выделили 12 чаще всего приписываемых каждому народу черт.

Методика получила необыкновенно широкое распространение как в США (например, она использовалась для изучения стереотипов еще трех поколений принстонских студентов — в начале 50-х годов, в конце 60-х годов и на рубеже двадцатого и двадцать первого веков), так и в других странах (во многих государствах Западной Европы, Ливане, Пакистане, Филиппинах и др.). Сторонники описательного направления изучения стереотипов считают методику «Приписывание качеств» непревзойденной до настоящего времени, хотя и критикуют за ограничение описания групп предварительно составленным списком черт, который может не содержать качества, релевантные той или иной группе. Но этот недостаток может быть сглажен, если списки черт составлять, используя неструктурированную информацию, получаемую с помощью свободных описаний, и более релевантную мнениям испытуемых, чем навязанный набор категорий'.

В настоящее время широко распространены и методики изучения стереотипов, в которых использованы наборы черт, составляемые на основе пар полярных противоположностей (метод полярного профиля). Наборы *биполярных шкал* по форме ничем не отличаются от семантического дифференциала, однако для выявления содержания стереотипов подходят не коннотативные, а денотативные шкалы, привязанные к объективным свойствам этноса, вернее, к тем, которые воспринимаются в качестве таковых.

Биполярные шкалы имеют то преимущество, что позволяют выявлять не только качества, по которым группа высоко оценивается, но и антистереотипные характеристики. Кроме того, следует отметить, что точкой согласия среди многочисленных исследователей, принадлежащих к различным отраслям знаний и теоретическим ориентациям, является подчеркивание важности принципа биполярности, в соответствии с которым осуществляется категоризация и стереотипизация как ее частный случай. Поэтому данный метод особенно продуктивен при проведении сравнительного исследования стереотипов двух — чаще всего своей и чужой — этнических групп, так как позволяет выявить то, в какой форме, сопоставления или противопоставления, протекает их дифференциация.

Необходимо иметь в виду, что эта техника также не лишена недостатков. Во-первых, и в этом случае испытуемые при выборе качеств, характерных, по их мнению, для того или иного народа, вынуждены ограничиваться стандартным, как правило, небольшим списком. Во-вторых, в эмпирических исследованиях часто обнаруживаются серьезные расхождения между качествами, которые рассматриваются авторами методик как полярные противоположности⁴. Однако основная причина этого — конструктивные ошибки, недостаточно точное определение противоположных полюсов шкал. Для более точного выбора пар понятий следует использовать словари антонимов и синонимов, а также тезаурус личностных черт. Еще один — третий — недостаток биполярных шкал, состоящий в том, что «...исследователи часто задают нормативно-конвенциональную противоположность полюсов конструкта, а не ту, которой в действительности пользуется испытуемый»⁵, нельзя назвать существенным для статистического исследования, каковыми и являются исследования в области этнических стереотипов.

Даже в психологии личности наибольшее распространение получили методы, основанные именно на бинарной оппозиции понятий: семантический диф-

⁴ Ф. Франселла, Д. Баннистер, *Новый метод исследования личности*. М., 1987.

⁵ Ф. Франселла, Д. Баннистер, *указ. соч.*, стр.166.

ференциал Ч. Осгуда и репертуарные решетки Дж. Келли, хотя исследователи конструируют и униполярные шкалы.

Создатель процентной методики Дж. Бригем также использовал набор качеств, но просил испытуемых указать, какой процент индивидов определенной этнической группы обладает каждым из них. Преимуществом процентной методики можно считать имплицитное допущение, что представители любой общности различаются по своим психологическим характеристикам. Психологи, использующие технику «Приписывание качеств», часто отмечают, что большой процент испытуемых отказывается вычленять черты, наиболее типичные для целого народа, например, давать этнической общности характеристики типа «склонность к наукам» или «непоседливость». Эта проблема может быть смягчена при использовании процентной методики, так как психологически проще приписывать «склонность к наукам» не этносу, а лишь части - пусть и весьма значительной - его членов. Стереотип в этом случае состоит из черт, которыми, по мнению испытуемых, обладает наибольший процент членов изучаемой группы.

Однако приводит ли использование двух техник — приписывания качеств и процентной — к сравнимым результатам? Сам Бригем не был в этом уверен, но в более поздних исследованиях было обнаружено значительное сходство результатов. Так, К. Йонас и М. Хьюстон выявили корреляции между двумя методами от 0,70 до 0,90. Пришли к выводу о практически полной взаимозаменяемости двух методик и авторы российско-американского исследования стереотипов русского человека и американца у студентов двух стран.

По мнению К. Макколи и К. Ститта, при использовании процентной методики возникает серьезная проблема: многие черты, которые получают оценку, близкую к 100%, не могут быть включены в стереотип. Например, хотя 100% членов какой-либо группы будет приписано такое качество, как «смертность», оно не является отличительной характеристикой данного народа. Поэтому Макколи и Ститт предложили модификацию методики Бригема, включив в нее оценку процента «всех людей в мире», обладающих каждой чертой из списка. Эта процедура позволяет вывести индекс, названный, как и методика, диагностическим коэффициентом.

Значение диагностического коэффициента, превышающее единицу, говорит о том, что данная черта воспринимается как более характерная для данной группы, чем для людей в целом, а значение диагностического коэффициента меньше единицы означает, что данная черта воспринимается как менее характерная для данной группы, чем для людей в целом. Таким образом, если 43,1% немцев и 32,1% людей в целом воспринимаются выборкой как «склонные к наукам», то диагностический коэффициент составляет 1,34 ($43,1 : 32,1 = 1,34$) и показывает, что склонность к наукам является частью стереотипа немцев.

Необходимо отметить, что многие испытуемые затрудняются указать процент всех людей в мире, обладающих той или иной чертой. Видимо, причиной этого является отсутствие стереотипов в отношении такой глобальной общности, как человечество. Встает вопрос: необходимы ли подобные оценки? Может быть, как считают многие исследователи, и нет. Ведь при использовании методики «Приписывание качеств» и процентной методики испытуемых практически никогда не просят оценивать наличие качеств, не являющихся различительными для групп. Еще Кац и Брейли сконструировали свой набор личностных черт из атрибуций, сделанных несколькими группами испытуемых, которых просили составить перечень свойств, наиболее типичных для 10 этнических групп. Учи-

тывая, что одной из основных функций стереотипов является межгрупповая дифференциация, логично предположить, что именно по этим свойствам группы воспринимались испытуемыми как различающиеся между собой, и такие качества, как «смертность», в этот набор попасть не могли. Поэтому для определения содержания стереотипов, видимо, можно ограничиться процентной методикой и методикой «Приписывание качеств».

Необходимо хотя бы кратко остановиться на другом подходе к изучению этнических стереотипов — анализу представлений об этнических группах в литературе и искусстве. Начиная с 40-х годов контент-анализу подвергались: американская журнальная беллетристика, немецкие кинофильмы, странички юмора во французских журналах и многое другое. В силу своей доступности, изобилия, удобства для сравнительного анализа такие материалы нередко представляются многообещающими для изучения этнических стереотипов. Так, И. Кон отмечает, что «систематическое изучение своего и чужого народов в литературе и искусстве может дать для понимания этнических стереотипов и межнациональных отношений гораздо больше, чем анкетный опрос»⁶.

Эта научная ориентация, объединяющая психологов, литературоведов, историков и т.п., получила специальное наименование — «имагология». В рамках этого подхода появляются работы и в России⁷. Однако одна из самых существенных проблем, встающих перед этим направлением, - вопрос о том, насколько адекватно художественная литература, публицистика, различные виды искусства отражают стереотипы, существующие в общественном сознании, остается открытым.

Зарубежные и отечественные авторы единодушны в том, что наиболее полное и глубокое проникновение в содержание этнических стереотипов достигается в случае применения дополняющих друг друга методов свободных описаний и одной из разновидностей метода прямого опроса

ԿԱՐԾՐԱՏԻՊԵՐԸ ԷԹՆՈ-ԵՍ-Ի ԵՎ ԷԹՆՈ -ՍԵՆՔ-Ի ՀԱՄԱՏԵՔՍՈՒՄ

___ Ամփոփում ___

___ Կ. Սահակյան, Կ. Գալոյան

Կարծրատիպերը կայուն գոյացություններ են, որոնք ստեղծվում են մարդու գիտակցության և գործունեության մեջ համապատասխան իրավիճակներում: Էթնիկական կամ ազգային կարծրատիպեր են համարվում այս կամ այն էթնիկական խմբի մասին համեմատաբար կայուն ընդհանրացված բնույթի կարծիքները:

Յուրաքանչյուր կարծրատիպ հոգեբանական կառուցվածք է: Առանձնացվում են էթնիկ կարծրատիպերի մի քանի տարատեսակներ ըստ տարբեր սկզբունքների՝ հետերոկարծրատիպեր (կարծրատիպային պատկերացումներ այլ էթնիկական խմբերի մասին), ինքնակարծրատիպեր (ժողովրդի կարծրատիպային պատկերացումներ իր մասին), դրական կամ բացասական կարծրատիպեր և այլն:

Հաղորդման մեջ կատարվել է համառոտ անդրադարձ էթնիկական կարծրատիպերի ուսումնասիրության համաշխարհային փորձին:

⁶ И. Кон, *Нужна помощь психологов // Советская этнография. 1983. № 3, стр. 76.*

⁷ Н. Ерофеев. *Туманный Альбион. М., 1982.*

