

ЭТНИЧЕСКИЕ СТЕРЕОТИПЫ В МЕНЯЮЩЕМСЯ МИРЕ

УДК 81'23

A.A. Нистратов, Е.Ф. Тарасов

ПСИХОЛИНГВИСТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ АВТО- И ГЕТЕРОСТЕРЕОТИПОВ РУССКИХ

*Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова
Москва, Россия, a.nistratov@mail.ru*

*Институт языкоznания Российской академии наук,
Москва, Россия, eft35@mail.ru*

Аннотация. Цель данной статьи попытаться показать возможности само-рефлексии русских, анализирующих собственные представления о себе (этнические автостереотипы) и представления членов других этносов о русских (этнические гетеростереотипы). Для исследования использовалась методика специализированного семантического дифференциала (СД). В результате обработки данных были построены семантические пространства восприятия русских представителями различных лингвокультур.

Ключевые слова: семантический дифференциал; категоризация; гетеростереотипы; семантические пространства; языковое сознание.

Поступила: 31.01.2018

Принята к печати: 15.03.2018

A.A. Nistratov, E.F. Tarasov
Psycholinguistic Analysis of Russian Auto- and Heterostereotypes
*Moscow State University Lomonosov
Moscow, Russia, a.nistratov@mail.ru*
*The Institute of Linguistics, Russian Academy of Sciences
Moscow, Russia, eft35@mail.ru*

Abstract. The paper analyses the self-reflection of the Russians analyzing their perception of themselves (ethnic autostereotypes) and the perception of the Russians by other ethnic groups (ethnic heterostereotypes). The research involved a specialized

semantic differential (SD) technique. The data processing resulted in the semantic spaces of the Russian perception by various language cultures.

Keywords: semantic differential; categorization; semantic space; heterostereotypes; language consciousness.

Received: 31.01.2018

Accepted: 15.03.2018

Введение

Цель данной статьи попытаться показать возможности само-рефлексии русских, анализирующих собственные представления о себе (этнические автостереотипы) и представления членов других этносов о русских (этнические гетеростереотипы). В совокупности авто- и гетеростереотипы русских демонстрируют исследователю самоощущение русских как членов определенного этноса. Традиционно проблема авто- и гетеростереотипов связана с теориями социальной идентификации, в которых основное внимание в теоретическом анализе уделяется проблеме восприятия себя (мы-группа) и окружающих (они-группа) [Уорд, 2001, с. 658]. Дополнительной целью нашей статьи является демонстрация эпистемологических возможностей методики анализа стереотипных (ненаучных) представлений членов этноса о себе и о членах других этносов. Использованная методика исследования состоит из двух методов: метода приписывания характеристик этноса (своего или чужого) и из семантического дифференциала Ч. Осгуда.

Метод приписывания качеств представителям разных этносов известен еще с первой половины XX в. В фокусных группах русские испытуемые приписывали качества представителям своего и чужого этноса. Затем в рамках психосемантического эксперимента (семантический дифференциал Ч. Осгуда) приписанные качества параметрировались и интерпретировались. Для нашего дальнейшего изложения целесообразно привести характеристики самих стереотипов, выделенные Г. Триандисом: «Стереотипы различаются по *сложности* (количество независимых представлений), *ясности* (степени согласия в том, что данный признак характеризует группу), *специфиности* (например, характеристика «хорошо ведет дело в суде» более конкретна, чем более абстрактная – «умный / разумный»), *валидности* (степени согласованности между стереотипом и объективными научными данными) и значи-

ности (ценности) (степени включенности положительных и отрицательных характеристик)» [Триандис, 2007, с. 144].

Из определения стереотипа Г.К. Триандисом можно сделать вывод, что со словом, репрезентирующим стереотипы во внешней форме, ассоциирован в сознании реципиента комплекс знаний, поддающийся экспликации только в специальном анализе. Этот вывод должен предохранить нас от прямолинейных интерпретаций экспериментальных данных. Очевидно, что проблема стереотипа – это, в первую очередь, проблема знаний, которыми манипулирует исследователь при анализе содержания стереотипов. Для квалификации знаний, которыми оперирует член конкретного социума при конструировании представления о себе (автостереотип) и о членах других социумов (гетеростереотип), целесообразно различать знание обыденное (профанное), формируемое в практической деятельности людей, и знание научное – теоретическое знание, валидность которого подтверждена экспериментально. При анализе содержания авто- и гетеростереотипов, т.е. при анализе знания, ассоцииированного со словами, обозначающими авто- и гетеростереотипы, необходимо различать обыденные знания о стереотипах, которыми обладают профанные носители языка и культуры, и научные знания об обыденных знаниях о стереотипах, которые добываются в научном анализе обыденных знаний. Необходимость различия обыденных знаний, которые образуют содержание этнических и социальных стереотипов, и научных знаний об этом содержании была проблематизирована когнитивным поворотом в середине XX в., который легализовал лингвистический подход к анализу содержания этнических и социальных стереотипов. В предметное поле лингвистики были введены проблемы, связанные с «этнической картиной мира», и в результате этого сформировалось направление, получившее название лингвокультурология. Процедура лингвокультурологического анализа состоит в фиксации языкового сознания исследователя, формируемого при восприятии речевых произведений, отображающих этническую картину мира и в приписывании результатов этой рефлексии обыденному сознанию профанных носителей языка. В результате приписывания научного знания профанам возникли многочисленные мифологемы, так как обыденные знания профанных носителей языка и культуры принципиально отличаются от научных: они неточны, просты в использовании и не требуют специальных навы-

ков, формируемых при обучении ученых-исследователей, достаточны для повседневной обыденной деятельности, эмоционально окрашены. Практика приписывания научных знаний профанам, существующая в лингвокультурологии, вызывает достаточно резкую критику, трактующую содержание лингвокультурологических работ как мифологическое [От лингвистики к мифу.., 2013]. В нашей статье мы стремимся избежать обвинений в мифотворчестве и поэтому при изучении содержания стереотипов мы исследуем обыденное сознание профанных носителей языка и культуры, но научными методами. Объектом в нашем исследовании является языковое и неязыковое сознание профанных носителей языка, отображающее их неязыковое сознание. Неязыковое сознание – это образы неязыкового сознания (предметно-схемный код, по Н.И. Жинкину), хранящиеся в памяти субъекта сознания и используемые в качестве перцептивных эталонов для опознания сенсорных данных, формируемых органами чувств реципиента в процессе восприятия культурных предметов. Образы неязыкового сознания доступны субъектам сознания в интроспекции. Общим местом психологических работ по этническим стереотипам является упоминание, что в содержание этих стереотипов, в первую очередь, входят визуальные образы внешнего вида членов конкретного этноса, трудовых навыков членов этноса и их эмоциональная оценка, сформированная ранее в сознании реципиентов в качестве их устойчивой атрибуции. Образы неязыкового сознания, отображающие стереотипные (т.е. ненаучные) знания о представителях конкретного этноса, могут быть описаны при помощи неязыковых (визуальных) и языковых знаков (в форме речевых сообщений), если возникает необходимость описать познанные характеристики другим коммуникантам. Вербальные описания образов неязыкового сознания могут быть также стереотипными (ненаучными) или научными, если они получены в результате научных аналитических процедур, одобренных научным сообществом. Нелишне заметить, что мифические описания этнического сознания, практикуемые иногда в лингвокультурологии, попадают в научные публикации также только потому, что их одобрило научное сообщество. Этот факт не должен обескураживать, так как научное познание всегда содержит определенную долю заблуждений и ошибок. Обратимся к собственно процедуре анализа. Процедура семантического дифференциала Ч. Осгуда предполагает парамет-

ризацию испытуемыми заранее заданных свойств исследуемого объекта. Иначе говоря, испытуемым предлагается оценить свойства анализируемого объекта при помощи образов языкового сознания, выраженного лексическими единицами, известного им естественного языка. Чтобы избежать навязывания исследователем своего сознания испытуемым, проводятся фокус-группы, с целью выявления представлений самих испытуемых об исследуемых объектах. Затем ответы испытуемых обобщаются и для параметризации испытуемых предъявляются языковые обозначения качеств представителей этносов, валидность которых подтверждена тем, что они при надлежат обыденному сознанию профанных испытуемых.

Среди наиболее существенных свойств этнических стереотипов выделяют их эмоционально-оценочный характер. Эмоциональные аспекты стереотипов понимаются как ряд предпочтений, оценок и настроений. Эмоционально окрашенными являются и сами воспринимаемые характеристики. Другим важным свойством этнических стереотипов считается их устойчивость, стабильность, даже ригидность. Хотя стабильность стереотипов не раз подтверждалась в эмпирических исследованиях, она все-таки относительна: при изменении отношений между группами или при поступлении новой информации их содержание и даже направленность могут изменяться. Изменчивость оценок тесно связана с меняющейся ситуацией в межнациональных и межгосударственных отношениях. Адекватность содержания этнических стереотипов чрезвычайно проблематична. Таким образом, следует полагать, что этнический стереотип – это отражение прошлого и настоящего, негативного и позитивного опыта взаимоотношения народов.

Гетеростереотип – это представление о данном народе со стороны других народов. Гетеростереотипы часто являются источником национальных предрассудков и предубеждений, что ведет кискажению истолкования смысла действий представителей других стран. Организатор межкультурного взаимодействия для оптимизации своей деятельности должен обладать достоверными сведениями о содержании существующих гетеростереотипов. Исследование гетеростереотипов можно проводить различными методами – начиная с применения метода наблюдения и заканчивая использованием проективных методик. Каждое методическое средство имеет свои достоинства и недостатки. В данном исследовании использовались психосемантические методы, которые позволяют

получить количественное измерение составляющих образа того или иного этноса, а значит, подойти к собственно психологическому его изучению.

Для исследования можно использовать методику семантического дифференциала (СД) Ч. Осгуда [Osgood, 1962]. Метод, предложенный Осгудом, позволяет выяснить отношение человека к объекту и выявить основные факторы, определяющие отношение исследуемой группы, поместив объект в систему его признаков. Тест был разработан Ч. Осгудом в середине 50-х годов для количественного измерения субъективных значений понятий. Суть его состоит в том, что респонденту предлагается последовательно высказать свое отношение к некоему объекту по целому набору шкал. В качестве полюсов шкал Ч. Осгуд использовал пары антонимичных прилагательных, отобранных в ходе предварительного эксперимента. При подборе прилагательных важно избежать исследовательского субъективизма. Поэтому на первом этапе желательно провести серию опросов (30–40) с независимыми людьми, задавая им вопросы типа «Какими прилагательными Вы могли бы описать данный объект?»

Построение СД на базе оценок объектов из определенных областей – частные СД продемонстрировали возможность трансформации классического семантического пространства (оценка, сила, активность) и появление новых факторов. Частные СД характеризуются различной размерностью (числом некоррелирующих факторов), разным содержанием выделенных факторов, которые в то же время сохраняют некоторую преемственность с универсальным СД. Так, многие факторы частных семантических пространств являются конкретизацией универсальных факторов, которые видоизменяются (объединяются, расщепляются и т.п.) и наполняются определенным денотативным содержанием. Это объясняется тем, что если при конструировании шкал можно столкнуться с проблемой неопределенности антонимов, то в частном СД используемые прилагательные и объекты более контекстуальны, и ассоциация становится более направленной. Фактор можно рассматривать как смысловой инвариант содержания входящих в него шкал.

На втором этапе респондентам предъявляются объекты и шкалы для их оценки. Каждый объект должен быть оценен по всем шкалам. Предполагается, что, взглянув на объект, респондент спо-

собен соотнести свои ощущения со всеми предложенными ему шкалами. Размер выборки исследования зависит от исследовательских задач. Учитывая, что данным методом изучаются не респонденты, а оценки объекта, выставляемые по большому количеству шкал, в результате получается довольно большая матрица данных. Поэтому, как правило, достаточно ограничиться выборкой в 40–50 респондентов.

Третий этап – аналитический. Метод семантического дифференциала позволяет использовать разнообразные способы анализа, при выборе которых исследователю также следует исходить из поставленных перед ним задач.

Процедура исследования

Настоящая методика исследования представляет собой модифицированный Семантический Дифференциал (СД). Этот метод позволит выявить неосознаваемые самими людьми критерии восприятия ими образов представителей различных стран. Респонденты должны по заданному набору качеств оценивать представителей разных стран по шкале от 0 до 5 (0 означает отсутствие качества, 5 – его максимальную выраженность). Использование однополюсных шкал дает дополнительную «степень свободы» в проекции когнитивных структур испытуемых на экспериментальный материал, так как позволяет выделить субъективную «синонимию» и «антонимию» признаков описания, необязательно совпадающую с нормативно языковой. Показателем такой субъективной синонимии и антонимии является попадание шкал – признаков описания в один фактор и на один полюс фактора для синонимов и на противоположный полюс (если он наличествует) для антонимов.

Стимульный материал частного семантического дифференциала для данного исследования представлял собой 35 оценочных шкал, отобранных по результатам предварительного эксперимента, по которым оценивались этнические стереотипы. Процедура психосемантического исследования заключается в следующем. Респондентам предлагается оценить определенный набор объектов по заданным качествам по градуированной шкале. Полученные таким образом протоколы собираются в общегрупповую матрицу данных, которая затем обрабатывается методом факторного анализа.

Математический аппарат, применяемый в методе СД, выявляет отношение человека, группы людей к тем или иным процессам и явлениям. Здесь осуществляется возможность сочетать качественные характеристики и количественные оценки.

В каждом эксперименте приняли участие по 40 респондентов в возрасте 17–24 лет примерно в равном соотношении мужчин и женщин. Полученная суммарная матрица обрабатывалась методом факторного анализа с последующим вращением факторов до простой структуры. В результате обработки данных было выделены факторы – категории и построены семантические пространства восприятия национальных стереотипов (представлены на графиках). Факторы приводятся в порядке убывания вклада в общую дисперсию:

1. Элитарность (образованность, индивидуализм, чувство собственного достоинства, изобретательность, сообразительность, способность рисковать, предприимчивость, чувство превосходства).

2. Цивилизованность (честность, деловитость, цивилизованность, бережливость, законопослушность, добросовестность в деле, способность к самодисциплине).

3. Активность (оптимизм, терпимость, противоположность холодности, энергичность, непокорность, общительность, безответственность).

4. Нормативность (выдержка, трудолюбие, стремление к успеху, жесткость, прагматизм).

5. Агрессивность (коварство, эгоизм, хитрость, агрессивность).

6. Амбициозность (тщеславие, расчетливость, стремление управлять, стремление к известности).

Элитарность (образованность, индивидуализм, чувство собственного достоинства, изобретательность, сообразительность, способность рисковать, предприимчивость, чувство превосходства). Как видно из приведенного списка дескрипторов этот критерий характеризует качества, которые позволяют добиваться общественного признания. Качества, образующие эту категорию, как правило присущи людям высокого социального положения. Как видно из графика на рисунке 1 элитарность русским приписывают сами русские и представители Якутии и совершенно противоположного мнения придерживаются жители Львова. Жители Осетии, Луганска, Литвы и Сербии также не видят качеств, характеризую-

щих элитарность в русских. Калмыки, итальянцы и жители Коми признают в некоторой степени эти качества у русских.

Следующий по значимости фактор – **Цивилизованность** (честность, деловитость, цивилизованность, бережливость, законопослушность, добросовестность в деле, способность к самодисциплине). В наибольшей степени этими качествами русских наделяют калмыки, и по мере уменьшения сербы, осетины и итальянцы. На противоположном полюсе жители Коми. Жители Луганска, Львова в меньшей степени. Сами русские, как и якуты и литовцы считают, что эти качества у русских недостаточно выражены. Интересно отметить, что мнение жителей России и Якутии полностью совпадают.

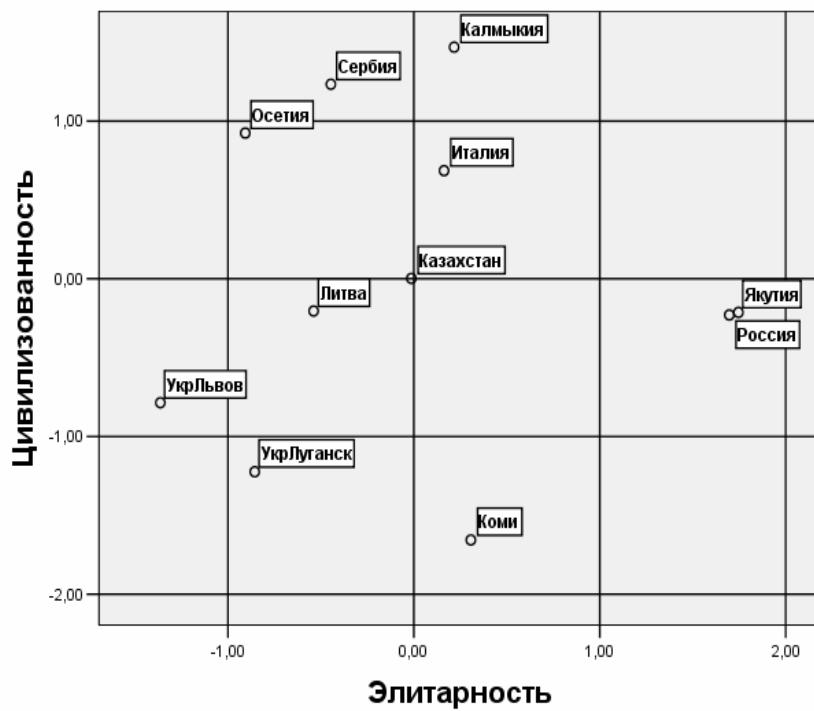


Рис. 1.
Размещение по критериям:
➤ элитарность;
➤ цивилизованность

Активность (оптимизм, терпимость, противоположность холодности, энергичность, непокорность, общительность, безответственность). Эта категория объединяет достаточно различные качества, но всем им присущее общее свойство активности. И как видно из рисунка 2 представители большинства стран, а Осетии в наибольшей степени и далее коми, казахи, калмыки, жители Луганска, сербы и сами русские и якуты считают русских достаточно активными. Итальянцы придерживаются совершенно противоположного мнения. Жители Львова также не считают русских обладающими этими качествами.

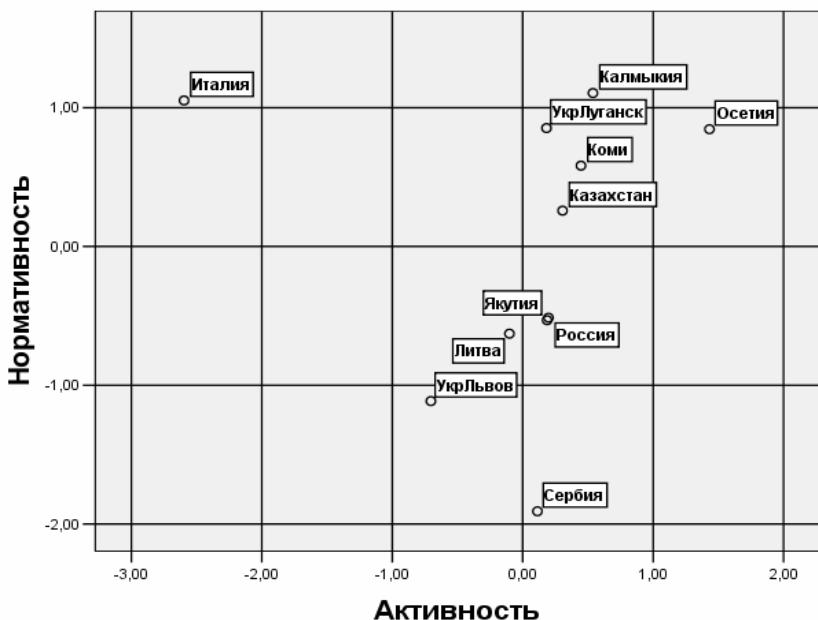


Рис. 2.
Размещение по критериям:
➤ активность;
➤ нормативность

Нормативность (выдержанка, трудолюбие, стремление к успеху, жесткость, прагматизм). Эта категория объединяет качества, которые обычно считаются необходимыми для стабильности об-

щества. Представители Италии, Калмыкии, Осетии, Луганска, Коми, Казахстана считают, что русские обладают этими качествами, тем самым предполагая устойчивость общества. Сами русские не столь оптимистичны в этом отношении. Еще более скептически относятся к этому жители Литвы, Львова и Сербии. Мнение якутов и здесь полностью совпадает с мнением русских.

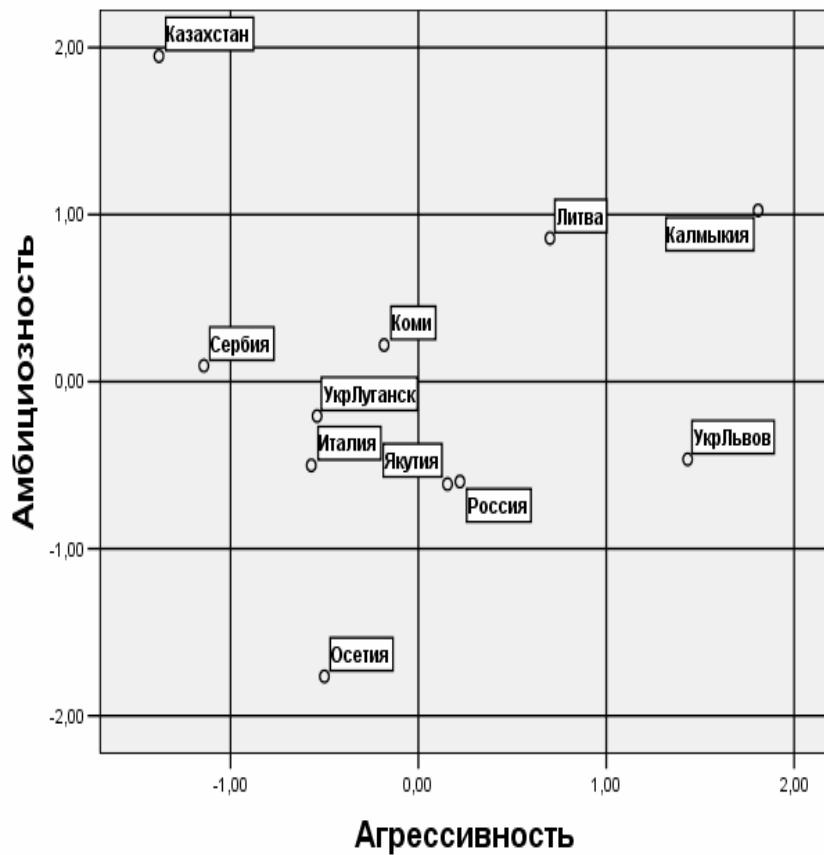


Рис. 3.
Размещение по критериям:
➤ агрессивность;
➤ амбициозность

Агрессивность (коварство, эгоизм, хитрость, агрессивность). Как видно из рисунка 3 наиболее агрессивными русских воспринимают жители Калмыкии, Львова и Литвы. Что касается Львова и Литвы, то это можно объяснить тем, что это приграничные области, где всегда было сильным враждебное влияние сопредельных государств, а вот позиция калмыков, видимо, объясняется тем, что в 40-е годы они подвергались репрессиям за сотрудничество с немцами. Казахи, сербы, итальянцы, осетины и жители Луганска не находят в русских тех качеств, которые объединились в данной категории.

Амбициозность (тщеславие, расчетливость, стремление управлять, стремление к известности). Так можно охарактеризовать вышеперечисленные качества. Наиболее амбициозными русских воспринимают жители Казахстана. Это можно объяснить тем, что русские играли главную роль в развитии Казахстана в XX в. и занимали ведущие позиции в обществе. Жители Литвы и Калмыкии также считают русских достаточно амбициозными. Сами русские, видимо, считают себя недостаточно амбициозными, т.е. расчетливыми, властолюбивыми и тщеславными. Видимо, схожим образом воспринимают русских жители Осетии, Италии, Якутии и даже Львова.

Анализ данных эксперимента показал фундаментальные различия в представлениях русских о себе и в представлениях других этносов о русских.

Заключение

Проведенное исследование представлений русских о себе и образа русских у других народов показало неожиданно большое различие в самооценках русских и в оценках русских другими этносами. Это различие в оценках естественным образом вызывает вопросы и побуждает к дальнейшей исследовательской деятельности.

Список литературы

1. От лингвистики к мифу: Лингвистическая культурология в поисках «этнической ментальности»: Сб. статей / Сост. Павлова А.В. – СПб.: Антология, 2013. – 352 с.

2. Триандис Г.К. Культура и социальное поведение: Учеб. пособие / Пер. Сосник В.А. – М.: ФОРУМ, 2007. – 384 с.
3. Уорд К. Азбука аккультурации / Пер. с англ. // Психология и культура. – СПб., 2003. – С. 656–709.
4. Osgood Ch. Studies on generality of affective meaning system // Amer. psychologist. – 1962. – Vol. 17. – P. 10–28.

References

1. От лингвистики к мифу: Лингвистическая культурология в поисках «этнической ментальности»: Сб. статей / Сост. Павлова А.В.– SPb.: Antologia, 2013. – 352 с.
2. Triandis G.K. Kultura i socialnoe povedenie: Ucheb.: posobie / Per. Sosnik V.A. – M.: FORUM, 2007. – 384 s.
3. Ward C. Azbuka akkulturacii / Per. s angl. // Psichologija i kultura. – SPb., 2003. – 718 s.
4. Osgood Ch. Studies on generality of affective meaning system // Amer. psychologist. – 1962. – Vol. 17. – P. 10–28.