

УДК 159.9:316.65

ЭТНИЧЕСКИЕ СТЕРЕОТИПЫ В МАССОВОМ СОЗНАНИИ ВОРОНЕЖЦЕВ

КРАСОВА Елена Юрьевна,кандидат исторических наук, доцент кафедры социологии и политологии
Воронежский государственный университет

АННОТАЦИЯ. *Анализируются процессы стереотипизации этнического сознания. Апробируются результаты социологического исследования русских жителей г. Воронежа. Выявляются типичные авто- и гетеростереотипы.*

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: *коллективное бессознательное, стереотип, этническое сознание, этнический стереотип, автостереотип, гетеростереотип, социальная дистанция.*

KRASOVA E.Y.,Cand. Hist. Sci., Docent of the Department of Sociology and Political Studies,
Voronezh State University

ETHNIC STEREOTYPES IN VORONEZH CITIZENS' MASS CONSCIOUSNESS

ABSTRACT. The processes of ethnic consciousness stereotyping are analyzed. The results of a social research on Russian people residing in Voronezh in relation to auto- and heterostereotypes are presented.

KEY WORDS: collective unconscious, stereotypes, ethnic consciousness, ethnic stereotypes, autostereotypes, heterostereotypes, social distance.

Большинство ученых вслед за К.Г. Юнгом считают, что в коллективном бессознательном современных людей заложены архетипы – универсальные формы восприятия и понимания действительности. В сознании они отражаются как образы, символы, идеи, которые, в силу повторяющегося переживания, у всех вызывают одинаковую реакцию. Архетип выступает первообразом стереотипа – традиционного канона мысли и поведения. Стереотип не чувствителен к логическим противоречиям, не проницаем для объективного опыта и формируется по собственным законам [1, с. 106]. Стереотипы не осознаются людьми: это естественное, нормативное мировосприятие. Психика человека работает так, что стремится свести сложные взаимосвязи к более простым. Происходит процесс категоризации – организации окружающего мира путем группировки объектов. К примеру, люди могут восприниматься главным образом как представители какой-либо национальности, то есть в качестве элемента однородного множества [2, с. 79–107]. Такого рода элементам приписывается сравнительно небольшое число свойств, а личность оказывается невыделенной из окружающего мира. Если контакты народов незначительны, то в стереотипном образе в большей мере будут присутствовать черты деперсонализации. Так, в одном из кросс-культурных исследований этнических стереотипов русских и поляков с помощью проективных рисунков было выяснено, что восприятие представителя далекого этноса – американца – отличало большое количество символов категории «Пища и напитки» и «Элементы рекламы» [3]. Типичный американец был представлен в виде нескольких гамбургеров или персонажем мультфильмов Уолта Диснея – Микки Маусом.

В структуру стереотипа входят когнитивные, эмоциональные и мотивационные компоненты. Эмоции при этом играют доминирующую роль. Именно этот факт способствует взрывам сильной

энергетики, агрессии в условиях межэтнических конфликтов. Как писал У. Липпман, стереотип начинает действовать еще до того, как включается разум [4]. Это накладывает специфический отпечаток на данные, которые воспринимаются органами чувств еще до того, как эти данные достигают рассудка. Ничто так не сопротивляется образованию или критике, как стереотип.

Вот почему эмпирическое исследование стереотипизации массового сознания является весьма непростой задачей. Тем более, если это касается этнических стереотипов – образов народов, обладающих интенсивной эмоциональностью и символичностью, упрощенных и усредненных. Этнические стереотипы подразделяются на автостереотипы – образы своего народа и гетеростереотипы – образы других народов. При их изучении весьма возможно влияние на результаты фактора социальной желательности [5]. В этой связи целесообразно использовать методики сбора данных, в которых нивелируется нормированность ответа. Если это опросная процедура, то выводы о стереотипизации сознания зачастую делаются по косвенным признакам, в качестве подсказок используются пословицы и поговорки, а также психологический инструментарий – проективные ситуации и неоконченные предложения.

Автор на протяжении ряда лет проводил исследования в области этнической социологии и психологии на основе регионального фактологического материала. Так, в 2011 г. на кафедре социологии и политологии Воронежского госуниверситета было осуществлено социологическое исследование «Особенности этнического самосознания русских жителей г. Воронежа» [6]. В 2014 г. интерес был сконцентрирован на самом феномене этнического стереотипа в массовом сознании. Был проведен опрос на основе квотно-пропорциональной выборки (N=200). Отбор респондентов, русских по своей этнической принадлежности, осуществлялся по признакам пола, возраста и уровня образования. Мы

исходили из того факта, что абсолютное большинство в регионе составляют русские (см. табл. 1) [7].

Таблица 1 – Национальный состав Воронежской области, %

Национальность	% от общей численности населения
Русские	95,5
Украинцы	1,9
Армяне	0,5
Цыгане	0,2
Азербайджанцы	0,2
Другие	1,7

На формирование этностереотипов влияют условные социальные дистанции, которые люди выстраивают между собой. Социальные дистанции характеризуют близость или отчужденность этнических групп или отдельных людей друг от друга, их чувство разделенности. В связи с этим мы, прежде всего, попытались оценить степень социально-психологического принятия русскими воронежцами людей других культур.

Обращают ли они внимание на национальность окружающих и, если обращают, то главным образом из-за чего? Более половины опрошенных обычно интересуются национальной принадлежностью, причем около 30% всегда, а 17% – в том случае, если представители другой этничности им чем-то не симпатичны. Мотивы интереса отражены в табл. 2.

Таблица 2 – Мотивация проявления интереса воронежцев к представителям других национальностей, %

Мотив	%
Я им не доверяю, появляется чувство опасения	30,6
Мне они интересны, вызывают любопытство	23,0
Они говорят и выглядят по-другому	15,2
У них другие обычаи и традиции	13,4
Другое	17,8

Как видно, почти треть респондентов испытывает чувство опасения при встрече с людьми другой этничности. В то же время большинство акцентирует социокультурные особенности иностранцев.

Для 56% опрошенных воронежцев национальность человека вообще не важна, а для десятой части играет решающую роль в построении межличностных отношений. Причем почти 90% респондентов приходилось лично общаться с представителями другой национальности в основном в процессе учебы, работы или на улице. Лишь для четвертой части опрошенных такие контакты были редкими.

Около половины воронежцев имеют друзей иной этничности. Это, в основном, украинцы (33%), армяне (27%), евреи (18%), грузины (13%). Реже упоминались азербайджанцы, дагестанцы, татары, белорусы, узбеки и др. Разброс дружеских связей значителен.

Неприятные чувства по отношению к представителям какой-либо национальности в целом испытывают 32% участников опроса. Это достаточно тревожный факт, так как контакты и стереотипы были признаны той областью на постсоветском пространстве, которая в первую очередь характеризует уровень конфликтности [8, с. 201–229]. В основном, неприязнь сформирована по отношению к кавказским народам (59% тех, кто испытывает неприятные чувства): в большей степени – к народам Се-

верного Кавказа, в меньшей – Закавказья. Психологическая дистанция расширялась с начала 1990-х гг. и в значительной степени была связана с чеченским конфликтом, а также с интенсивной миграцией. Сейчас ученые уже говорят о «массовой кавказофобии» среди русского населения России [1, с. 135–139]. На втором месте по удельному весу тех народов, которые вызывают неприятие (21%), оказались азиатские этносы, причем, прежде всего, те, представители которых в качестве мигрантов интенсивно прибывали в Воронежскую область, начиная с 2000-х гг. (казахи, узбеки, таджики). Была продемонстрирована и традиционная фобия оседлых народов по отношению к кочевникам – недолюбливают цыган (18%). Опрошенные с устойчивой этнической нетерпимостью использовали оскорбительные выражения по отношению к другим этносам, а десятая часть даже написала, что «испытывают неприязненные чувства ко всем нерусским народам».

36% опрошенных воронежцев назвали качества, которые не нравятся в характере и поведении представителей других наций. Превалируют наглость, хамство и агрессивность, что и составило триаду стереотипного образа «чужого». Упоминались также: «неуважение к русской культуре», «неприязнь к русским», «отталкивающий внешний вид», «непредсказуемость», «лживость», «злость» и «тупость». Некоторым респондентам представители других народов внушают страх.

В качестве завуалированного суждения, которое в анкете выполняло функцию косвенного контрольного вопроса, использовались пословицы и поговорки. Респондентам было предложено выразить свое согласие или несогласие с пословицами (которые являются устойчивым социальным стереотипом), раскрывающими образы межэтнических отношений и народов. Содержание части пословиц отражало стереотипное выражение толерантной-интолерантной позиции (см. табл. 3).

Таблица 3 – Соотношение стереотипных представлений об этнических дистанциях в глазах русских воронежцев, %

Пословицы	Согласен	Затрудняюсь ответить	Не согласен
В каком народе живешь, такого обычая и держись	89,0	4,0	7,0
И за рекой люди живут	88,5	7,5	4,0
Родимая сторона – мать, чужая – мачеха	84,6	7,0	11,5
За морем – веселье, да чужое, у нас – горе, да свое	73,1	13,4	13,5
В какую одежду чужак не рядись, своим не станет	58,7	13,5	27,8
Люблю молодца и в татарине	57,7	21,4	20,9

Несмотря на то, что большинство опрошенных выразили согласие с суждениями разного толка, очевидно, что превалирует дистанцирование по признаку «свой» – «чужой», правда, не носящее характер жесткой оппозиции. Это не оценочное суждение, а, скорее, фиксация традиционных социокультурных различий.

Стереотипные представления об этнических типажах отражены в табл. 4.

Таблица 4 – Гетеро- и автостереотипные представления русских воронежцев, %

Цыгану без обману дня не прожить	79,1	10,9	10,0
Француз боек, а русский стоек	77,6	11,9	10,5
Русский молодец ста басурманам конец	64,7	18,9	16,5
Русский любит авось, небось, да как-нибудь	62,7	7,5	29,8

Интересно, что представления о других народах, в данном случае – о цыганах и французах, более четкие. Что касается автостереотипов – образов своего этноса, то они оказались более размытыми. Исследователи этнических стереотипов из Санкт-Петербурга пишут: «Авось» – наиболее универсальное для русского человека и состояние, и отношение, сочетающее в себе, с одной стороны, терпеливость... с другой – надежду на везение...» [1, с. 115]. У трети воронежцев суждение о русских, которые любят случайную удачу, не вызвало согласия.

Конкретные этнические автостереотипы выявлялись посредством системы свободных характеристик, полученных в форме ответов на открытый вопрос: «Назовите, пожалуйста, пять самых главных качеств, которые, по Вашему мнению, присущи большинству русских». Респондент составлял образ представителя своего этноса, предлагал набор черт, присущих русскому национальному характеру. Обработка ответов производилась методом контент-анализа, единицей которого стали упомянутые респондентами качества и оценочные суждения. Все они были проанализированы и отнесены к одной из девяти смысловых категорий (общий стиль поведения, стиль деятельности, отношение к людям, отношение к себе, волевые качества, качества ума, эмоциональные качества, социальное поведение, ментальные характеристики) [9, с. 220–221].

Лишь 5% опрошенных не сумели дать ответ на поставленный вопрос. Из ответов остальных складывается следующая картина (см. табл. 5).

Таблица 5 – Структура автостереотипов русских воронежцев

Категория	Автостереотип	
	положительный	отрицательный
Общий стиль поведения	Доброта, открытость, честность, порядочность	Злость
Общий стиль деятельности	Трудолюбие	Лень, недисциплинированность
Отношение к людям	Гостеприимство, отзывчивость, щедрость, добродушие, сочувствие	Зависть, грубость, наглость, высокомерие
Качество ума		Глупость
Качества воли	Смелость, мужество, стойкость, терпение	Безответственность, халатность, безалаберность
Социальные характеристики	Патриотизм	Пьянство
Ментальные характеристики	Широта души	Расчет на «авось»

Перечисленные положительные свойства вполне согласуются с особой значимостью в русской культуре и языке таких концептов, как справедливость, правда, добро, судьба, воля, тоска и удаль [10, с. 217]. В то же время превалирует противоречивый этнический типаж, который одновременно добрый и злой, трудолюбивый и ленивый. Однако лишь десятая часть всех респондентов негативно относится к своему народу. В их перечне качеств национального характера либо упоминаются исключительно отрицательные характеристики, либо таковые превалируют. Приведем оригинальные высказывания испытуемых:

- «злые свиньи, много жадных людей»;
- «агрессия, коррупционизм, жадность, лицемерие, наглость»;
- «высокомерие, безнравственность, безответственность, бездушные, халатность»;
- «лень, злоба, зависть, тупость, грубость»;
- «скрытность, злоба, лень, лицемерие» и т.п.

Почти 17% опрошенных упомянули в качестве характеристики русских – патриотизм, качество, которое не занимало в предыдущие годы столь значительное место в этносознании русских воронежцев, судя по данным нашего предыдущего исследования в 2011 г. [6, с. 37]. Скорее всего, на возникновение такого акцента повлияла политическая ситуация 2013–2014 гг., связанная с кризисом на Украине, присоединением Крыма и санкциями Западной Европы. Не исключено и влияние националистической риторики, получившей распространение в социальных сетях. Националистические тексты содержат три группы образов «свой», «чужой» и «русский воин» [11, с. 244]. Последний связан с патриотической символикой.

Если сравнить негативные гетеро- и автостереотипы, то в них обнаруживается группа качеств, которые испытуемые приписывают и «чужим», и «своим». Это наглость, злобность и глупость. В полной мере проявляется природа стереотипов, как весьма условных и неточных. Уникальными выглядят в этом ряду такие черты национального характера русских, как пьянство и безответственность, а черты «других» – как «неуважение к русской культуре» и «неприязнь к русским». В три раза меньше тех респондентов, у которых сформировался негативный образ своего народа по сравнению с неприязненным представлением о «нерусских».

В результате можно заключить, что этноконтактная среда в г. Воронеже способствовала появлению в большинстве случаев вполне положительных стереотипных образований в этносознании. Однако часть людей настроена враждебно. Недоверчивые отношения, сопряженные с боязнью за каркас привычной жизни, порождают межэтническую напряженность. Требуются усилия политического менеджмента в регулировании миграции, в пропаганде через СМИ межэтнической толерантности, организации городских межкультурных мероприятий.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Сикевич, З.В. Социальное бессознательное [Текст] / З.В. Сикевич, О.К. Крокинская, Ю.А. Посель. – СПб. : Питер, 2005. – 267 с.
2. Медведева, С.М. Проблема политического стереотипа в зарубежной политической психологии [Текст] / С.М. Медведева. – М. : Изд-во МГИМО (У), 2005. – 148 с.
3. Смолина, Т.Л. Кросс-культурное исследование этнических стереотипов русских и поляков [Электронный ресурс] / Т.Л. Смолина – URL : <http://www.psychodoc.ru/arc.php?page=2311> (дата обращения : 3.09.2014).
4. Ослон, А. Уолтер Липман о стереотипах : выписки из книги «Общественное мнение» [Текст] / А. Ослон // Социальная реальность. – 2006. – №4. – С. 125–141.

5. Стефаненко, Т.Г. Методы изучения этнических стереотипов [Электронный ресурс] / Т.Г. Стефаненко. – URL : <http://www.gumilev-center.az/metody-izucheniya-ehnicheskikh-stereotipov/> (дата обращения : 3.09.2014).
6. Красова, Е.Ю. Этническая «Мы-концепция» русских воронежцев (эмпирическое исследование 2011 г.) [Текст] / Е.Ю. Красова, К.И. Конго, А.Г. Буховец // Вестн. Воронеж. ун-та. Сер. История. Политология и социология. – 2011. – № 2. – С. 34–45.
7. Итоги всероссийской переписи населения 2010 года. Население по национальности и владению русским языком по субъектам Российской Федерации. – URL : http://www.gks.ru/free_doc/new_site/perepis2010/croc/Documents/Vol4/pub-04-04.pdf (дата обращения : 12.09.2014).
8. Дмитриев, А.В. Миграция : конфликтное измерение [Текст] / А.В. Дмитриев. – М. : Альфа-М, 2006. – 432 с.
9. Использовалась классификация, разработанная В.Н. Панферовым и успешно примененная в исследовании этноса петербуржцев. См. : Сикевич Э.В. Социологическое исследование : практическое руководство / Э.В. Сикевич. – СПб. : Питер, 2005. – 320 с.
10. Буряковская, В.А. Противостоит ли этническая культура массовой? [Текст] / В.А. Буряковская // Политическая лингвистика. – 2014. – № 1(47). – С. 217–220.
11. Ворошилова, М.Б. Когнитивный арсенал и коммуникативные стратегии современного националистического дискурса [Текст] / М.Б. Ворошилова // Политическая лингвистика. – 2014. – № 3 (49). – С. 242–245.