

Этностереотипы как индикаторы национального характера

В статье проводится анализ этнических авто- и гетеростереотипов на основе анкетирования респондентов из России и стран Балтийского региона, рассматривается их влияние на формирование образа национального характера. Респондентам было предложено посмотреть видеоролик «Русская кибердеревня» и ответить на вопросы относительно стереотипов, представленных в фильме. В результате сравнительного анализа полученных данных был сделан вывод о соответствии существующих этностереотипов действительности и возможности их рассмотрения в качестве индикаторов национального характера.

Ключевые слова: этностереотипы, автостереотипы, гетеростереотипы, национальный характер, страны Балтийского региона, межкультурная коммуникация, «Русская кибердеревня»

Известно, что представители разных народов и этнических групп отличаются традициями, культурой, поведенческими особенностями и стереотипами, которые в совокупности составляют национальный характер [2, с. 32], но изучение подобной специфики может быть проблематично. Мы без затруднений можем перечислить черты, свойственные, по нашему мнению, тому или иному народу, однако практически все подобные рассуждения субъективны и требуют подтверждения. То же самое можно сказать и о стереотипах, которые часто могут не соответствовать действительности.

Понять поведение человека можно на основе изучения его социокультурного окружения и этнокультурных свойств его народа. Такая интерпретация основывается прежде всего на стереотипном восприятии представителей одной культуры по отношению к другой. При общении с человеком другой культуры стереотипы, которые нам известны о данном народе, становятся подсказкой, позволяющей правильно интерпретировать жесты, мимику и другие элементы поведения, сформировать мнение о представителе незнакомого этноса и дать ему оценку. Благодаря именно таким межэтническим контактам и формируются стереотипы – «обобщенные представления о типичных чертах, характерных для какого-либо народа или его культуры» [3, с. 6]. Следовательно, этностереотипы могут выступать индикаторами, или показателями, национального характера.

Этнические стереотипы можно разделить на авто- и гетеростереотипы, или стереотипы «свой – чужой». Автостереотипы представляют собой образ-представление национальной группы о самой себе; зачастую этот образ в большей степени состоит из положительных характеристик – соответствующих действительности или воображаемых – собственной этнической группы [4, с. 279]. Гетеростереотипы – это представления одной группы по отношению к другой;

такие образы могут быть как положительными, так и отрицательными. Количество и оценка гетеростереотипов зависят от исторически сложившихся взаимоотношений данных народов, а также особенностей непосредственной этноконтактной среды. У каждого человека образуется определенный образ своего народа и образы других культур, и то, как воспринимает нашу культуру другой народ, оказывает огромное влияние на наше собственное мироощущение [1, с. 107]. Также стереотипы могут формировать ошибочное представление людей о себе и других, значительно деформируя межнациональные отношения. Так или иначе, своя этническая группа сопоставляется с другими группами, происходит межгрупповая дифференциация и поддержание позитивной групповой идентичности.

В процессе межкультурного взаимодействия каждый носитель культуры обращается к сложившейся системе стереотипных представлений для организации восприятия получаемой информации, ее интерпретации и оценки. Однако стоит отметить, что стереотипы должны рассматриваться лишь как фактор, дающий первоначальное представление о других народах и их национальном характере, так как в процессе коммуникации представления и образы могут значительно измениться. Проблема межкультурной коммуникации с учетом существующих стереотипов всегда актуальна, именно поэтому изучение стереотипов должно осуществляться как в теоретическом, так и в практическом плане, что будет способствовать более глубокому пониманию механизмов межгруппового и межкультурного взаимодействия и общения.

Для того чтобы понять, действительно ли этностереотипы можно рассматривать как индикаторы национального характера, нами был проведен социальный опрос на платформе GoogleФормы, в котором приняли участие 33 респондента из России и стран Балтийского региона в возрасте от 18 до 55 лет [5]. Этнический и возрастной состав участников представлен в Таблице 1.

Таблица 1 – Этнический и возрастной состав участников опроса

Категория	Возраст					
	<18	18-25	26-30	31-35	36-44	45+
Показатель						
Процент (%)	0	45,5	27,3	12,1	9,1	6,1
Показатель	Страна					
	Германия	Польша	Россия	Литва	Эстония	Швеция
Процент (%)	6,1	6,1	72,7	3,0	9,1	3,0
Показатель	Национальность					
	Немцы	Поляки	Русские	Литовцы	Эстонцы	Шведы
Процент (%)	3,4	3,4	79,5	3,4	3,4	6,9

Респондентам было предложено просмотреть видеоролик «Русская кибердеревня» и на его основе отметить, какие стереотипы в наибольшей степени характеризуют русских и соответствуют ли представления о русских увиденному в короткометражном фильме. На основе видеоролика было сформулировано 12 стереотипов, которые в ходе анализа были разделены на три группы: положительные, нейтральные и отрицательные (Таблица 2).

Таблица 2 – Классификация этностереотипов

Положительные	Нейтральные	Отрицательные
Русский народ гостеприимный, щедрый и дружелюбный	Русские любят пить водку, есть соленые огурцы и семечки	Русские злые, никогда не улыбаются и не имеют чувства юмора
Русские всегда весело проводят время	Русские носят шапки-ушанки и поют народные песни	Россия – это технически отсталая страна
Русские чтят память своих предков и уважают семейные ценности	Русские живут в деревне и занимаются огородничеством и рыбалкой	В России нет дорог и хороших машин
	Русские религиозны, суеверны, верят в народные приметы	Русские не владеют иностранными языками
		В России всегда холодно

48,5% опрошенных отметили, что их представления о русских частично совпали с увиденным в видеоролике, 36,4% полностью согласны с представленными стереотипами и 15,2% участников не согласились с авторами короткометражного фильма, причем группа несогласных состоит из респондентов – жителей России. Также в ходе анкетирования было выявлено, что 75% респондентов из стран Балтийского региона общались с русскими, и их представления полностью соответствовали действительности. 12,5% также встречались с жителями России, однако их стереотипы оказались недостоверными. Оставшиеся 12,5% не имели возможности контактировать с русскими.

Рассмотрим гетеростереотипы, в наибольшей степени характеризующие русских. 60% иностранцев считают, что русские довольно гостеприимный, щедрый и дружелюбный народ, 53,3% также уверены, что русские всегда весело проводят время, не владеют иностранными языками и любят пить водку, есть соленые огурцы и семечки. Лишь 20% опрошенных представляют русских злыми и без чувства юмора. Таким образом, можно сделать вывод, что респонденты из стран Балтийского региона воспринимают русских в целом нейтрально или положительно, так как отрицательные характеристики содержит наименьший процент ответов.

Рассмотрим автостереотипы о русских. По результатам опроса респондентов из России наиболее часто русским приписываются такие стереотипы, как гостеприимство, щедрость, дружелюбие (66,7%), а также почитание памяти предков и уважение семейных ценностей (55,6%). Данные стереотипы действительно являются общеизвестными устойчивыми особенностями русского народа. 44,4% участников опроса отметили, что в России нет хороших дорог и автомобилей. Наименьшее количество откликов получил стереотип о том, что русские носят шапки-ушанки и постоянно поют народные песни – всего 3,7%. Таким образом, можно выделить явно положительные характеристики русских и образы, которые соответствуют действительности, однако отрицательные стереотипы также набрали значительное количество голосов. Такой результат можно рассматривать как способность русских адекватно оценивать свои характеристики.

Таблица 3 – Сравнительный анализ авто- и гетеростереотипов о русских

Стереотип	Россия	Страны Балтики	Средний результат
Русский народ гостеприимный, щедрый и дружелюбный	66,7%	60%	63,4%
Русские чтят память своих предков и уважают семейные ценности	55,6%	33,3%	44,5%
Русские всегда весело проводят время	29,6%	53,3%	41,5%
Русские не владеют иностранными языками	29,6%	53,3%	41,5%
Русские любят пить водку, есть соленые огурцы и семечки	29,6%	46,7%	38,2%
В России нет дорог и хороших машин	44,4%	20,0%	32,2%
В России всегда холодно	18,5%	46,7%	32,6%
Русские религиозны, суеверны, верят в народные приметы	25,9%	33,3%	29,6%
Русские живут в деревне и занимаются огородничеством и рыбалкой	11,1%	26,7%	18,9%
Россия – это технически отсталая страна	11,1%	20,0%	15,6%
Русские злые, никогда не улыбаются и не имеют чувства юмора	11,1%	20,0%	15,6%
Русские носят шапки-ушанки и поют народные песни	3,7%	20,0%	11,9%

В ходе сравнительного анализа авто- и гетеростереотипов о русских, представленного в Таблице 3, было выявлено, что наибольший процент голосов получили положительные характеристики нации, однако и россияне, и представители стран Балтики согласились с тем, что русские недостаточно владеют иностранными языками, имеют пристрастие к алкоголю, в России плохие доро-

ги и холодный климат. В целом представленные результаты действительно отражают настоящую ситуацию в России, соответственно, на основании данных этнических стереотипов можно составить достоверный образ русского народа и его национального характера. И хотя этот образ не предстает в качестве единого (так как некоторые прямо противоположные стереотипы набрали одинаковое количество голосов), однако ключевые характеристики этнической группы разделяются обеими категориями опрошенных: и русские, и представители стран Балтики отметили гостеприимство, щедрость и дружелюбие как основные качества нации.

Этнические стереотипы дают подсказки о национальном характере народа и, как результат, о том, как выстраивать межэтническое общение, как правильно вести себя и как воспринимать поведение собеседника. Они также помогают сформировать нужные стратегии коммуникации для достижения целей межкультурного взаимодействия. Учитывая, что 75% респондентов из стран Балтийского моря находились в личном контакте с русскими и их представления полностью соответствовали действительности, можно сделать вывод, что этнические стереотипы действительно можно рассматривать как индикаторы национального характера. Представители стран Балтики оценивают характеристики русских так же, как и русские оценивают свои национальные качества. Однако не стоит забывать о том, что один человек – это не весь этнос, и, если поведение одного представителя народа соответствовало отрицательным стереотипам, не следует по нему оценивать всю нацию. Чтобы составить правильное представление о народе, нужно вступить в процесс межкультурной коммуникации с несколькими его представителями, что позволит сформировать достоверный образ нации.

Литература

1. Здравомыслов А. Г. Россия и русские в современном немецком самосознании // *Общественные науки и современность*. 2001. № 4. С. 103–112.
2. Мункуева Р. Б., Серебрякова Ю. А. Понятие национального характера [Электронный ресурс] // *Вестник БГУ*. 2018. № 3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/ponyatie-natsionalnogo-haraktera> (дата обращения: 15.03.2023).
3. Солдатова Г. У. Психология межэтнической напряженности. М.: Смысл, 1998. 389 с.
4. Тавадов Г. Т. Этнология: учебник. 2-е изд. М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2018. 279 с.
5. Google Формы [Электронный ресурс]. URL: <https://forms.gle/rYuAq4kLsRAfDb5t9> (дата обращения: 17.03.2023).