

Влияние информации о культурных сходствах и различиях на националистические особенности межгруппового восприятия

Суровцева Т.М.

Проблема национализма в современном мире приобрела огромное значение. Стремление отстаивать интересы собственной нации за счет представителей других этнических общностей заняло место религиозной нетерпимости, которая еще в недавнем времени (по меркам истории) лежала в основе жизни человечества. На почве национальной ненависти совершаются преступления, драки, убийства (экстремистский национализм), от которых страдает множество невинных людей. Даже те люди, которые не совершают насильственных действий против представителей других этнических групп, становятся жертвами нарушения «нормального» взаимодействия в нашем поликультурном обществе. Во многих людях сильно нежелание мирно сосуществовать с представителями разных национальностей, которое обусловлено разными причинами (как внутриличностными, так и особенностями социальной среды). Широкое распространение получила проблема повсеместной подверженности людей социальному влиянию (телевидение, радио, интернет, печатные СМИ и др.), под воздействием которого в наших умах формируются представления, предпочтения, мнения о различных сторонах нашей жизни, в том числе и о взаимодействии с «не такими, как мы». Об этих вопросах мы и расскажем в данной статье.

Понятие национализма, его виды и источники

Что такое национализм? По мнению Б. Андерсона, который дает интересное определение нации, национализм предстает перед нами как некое чувство (без особого эмоционального накала), вернее мировоззрение, присущее нации, как нечто «воображенному», даже религию современного общества, которая является результатом долгих размышлений человечества¹. Э. Хобсбаум же полагал, что «национализм — это политическая программа и, с точки зрения истории, относительно новое явление. В соответствии с этой концепцией, группы, понимающие себя как «нации», имеют права создавать территориальные государства того типа, которые сформировались после Французской революции»².

¹ Андерсон Б. Воображаемые сообщества. Размышления об истоках и распространении национализма. — М., 2001.

² По: Лурье С. Национализм, этничность, культура // Интернет-ресурс: http://ihtik.lib.ru/philosarticles_28may2006/.

Мы не будем вдаваться подробно о том, как разные исследователи и ученые трактуют данное понятие, рассмотрим же какие его виды существуют. Так, Ю. Чернявская¹ выделяет два типа национализма, а именно восточный и западный. Первый тип национализма хорошо соотносится с тем, какие настроения зародились в немецкой романтической литературе, и до настоящего времени распространен в странах Восточной Европы («восточный национализм», или «романтико-эмоциональный»). Второй тип национализма напрямую связан с политическими событиями Французской революции, и распространен в странах Западной Европы и США («западный национализм», или «политико-структурированный»). Также в литературе по данному вопросу можно встретиться с подразделением национализма на государственный (гражданский, территориальный) и этнический. Первый вид, призванный консолидировать, объединять все население страны с помощью системы государственных институтов, базируется на свободном самоопределении личности (так, грузин, который родился и прожил всю жизнь в России, не знающий языка и культуры собственной страны на своем опыте, может свободно считать себя русским). Другой вид национализма, этнический, еще разделяется на следующие два подвида:

а) политический — здесь основанием выступает понимание нации, как этнической группы людей, которая желает достичь и сохранить свою государственность, включающую в себя социальные институты, природные ресурсы, культурную систему, экономику и др.

б) культурный — здесь важным является то, что народ хочет сохранить свою целостность, традиции, язык, культуру, историческое наследие, ценности.

Чаще всего наибольшую опасность представляет политический национализм, который стремится достичь преимуществ во власти, идеологии, культуре, экономике только для одного народа (в ущерб другим).

Источниками же национализма выступают как внутриличностные причины (комплекс неполноценности, агрессивность, отсутствие толерантности и др.), так и социальные: безработица в стране, отсутствие позитивной идентичности, подавление большинством этнических меньшинств, гонения, а также существование этнических установок, стереотипов и предрассудков, о которых пойдет речь далее.

Этнические стереотипы, установки и предрассудки как социально-психологическая почва национализма

По определению Т.Г. Стефаненко², социальные стереотипы — это схематизированные, довольно упрощенные образы различных социальных

¹ Чернявская Ю. Этничность и национализм: взаимопроникновение и трансформации // Интернет-ресурс: <http://www.belintellectuals.eu/publications/107/>.

² Стефаненко Т.Г. Этнопсихология. — М.: Аспект Пресс, 2004.

объектов, которые отличаются «высокой степенью согласованности индивидуальных представлений». Они усваиваются людьми еще в раннем детстве, обычно от родителей и других вторичных источников и используются в обиходе еще до возникновения четкого представления о каком-либо объекте. Например, маленький сын, чей отец не любит американцев и этого ни от кого не скрывает, готов защищать позицию родителя, доказывая всем то, о чем на самом деле не имеет ясного представления.

Этнические стереотипы — это упрощенные и схематичные представления об этнических группах. Примерами могут выступать следующие высказывания: «немцы — практичные и пунктуальные», «все русские ленивые, но обладают широкой душой», «китайцы — трудолюбивый народ» и др. По мнению Мацумото, нельзя однозначно говорить, что стереотипы «плохи», так как ситуация не всегда является простой. Стереотипы бывают не только негативными, но и позитивными, то есть могут содержать в себе информацию о хороших качествах социального объекта (примером может служить стереотип о немцах, приведенный выше). Этнический также как и любой другой стереотип состоит из трех частей, а именно: из наших знаний об этом этносе, нации (когнитивный компонент); нашего эмоционального отношения и оценки к данной этнической группе (эмоциональный), а также некоей формы поведения по отношению к членам данной группы (поведенческий).

Далее, под этнической установкой мы будем понимать готовность человека воспринимать национальную группу и ее представителей определенным способом. Примером этнической установки может быть случай, когда русские ожидают приезда немцев (бизнес-партнеров) и наслышаны об их пунктуальности и точности. Но те опаздывают, не предупредив, тогда у русских может родиться много неприятных мыслей (например, иностранные бизнес-партнеры просто обманули, «кинули» их), в то время, как это не является правдой. В данном случае такая установка тесно переплетается с этническим стереотипом о точности и пунктуальности немцев.

По Д. Майерсу¹, предрассудки, будь то этнические, гендерные, возрастные и др., по сути, являются отрицательной установкой по отношению какой-либо из этих групп и ее представителям. К человеку в таком случае относятся уже недоброжелательно только из-за того, что он принадлежит к какой-либо ненавистной социальной общности. Люди, которые руководствуются предрассудками, не могут адекватно оценивать других, не похожих людей, и, следовательно, объективно к ним относиться. Предрассудки могут говорить о нашем осознании того, кто мы такие, и обеспечить социальное признание; могут служить защитой от всякого рода тре-

¹ Майерс Д. Социальная психология. СПб., 2001.

вог (внешних или внутренних); поддерживают проявление эгоизма, благодаря которому мы можем получить удовольствие, снимая так преграды.

Таким образом, этнические стереотипы, установки и предрассудки являются благодатной социально-психологической почвой для возникновения чувства национализма, а также соответствующих форм его проявления.

Феномен влияния в социальной психологии

Теперь же скажем несколько слов о том, что собой представляет феномен социального влияния в психологии, ведь информация о культурных сходствах и различиях, которая «принимала» участие в нашем эксперименте, напрямую относится к данному явлению. По определению Зимбардо, процесс социального влияния подразумевает под собой такое поведение одного человека, целью, а также следствием которого, является изменение поведения, чувств или мыслей по отношению к некоему объекту, стимулу другого человека. Таковым стимулом может оказаться любая социально значимая ситуация, так например, проблема абортов, какой-либо продукт или действие. Социальное влияние происходит, в основном, в 3-х сферах взаимодействия — межличностных взаимоотношениях, специально создаваемой среде убеждения и средствах массовой информации. В этих областях социальное влияние различается по двум характеристикам: степени индивидуальности и широте охвата целевой аудитории (тех, на кого влияют). Примером первой среды может быть ситуация, когда два друга убеждают товарища поступить определенным способом, куда-нибудь пойти; в качестве специально создаваемой среды убеждения может выступать ситуация духовного или политического лидера перед аудиторией — здесь степень индивидуализированности будет ниже; СМИ — это пример влияния на миллиарды людей, причем характер сообщений будет наименее индивидуален.

Социальное влияние в среде средств массовой информации, особенно в наше время, очень актуально — это воздействие телевидения, печатных изданий, интернета, которые передавая определенную информацию, способствуют формированию нашего отношения к представителям многих национальностей. Так, трансляция подробностей недавних российско-грузинского и грузино-осетинского конфликтов по ТВ, радио, в газетах могли изменить наше отношение к грузинам кардинальным способом. Ситуацию влияния в среде СМИ на националистические особенности межгруппового восприятия мы изучили с помощью эксперимента, результаты которого будут изложены чуть позже.

Межгрупповое восприятие: понятие и эффекты

Что же это такое и чем оно отличается от межличностного восприятия? Межгрупповое восприятие имеет следующие три отличия:

1) в нем происходит объединение индивидуальных представлений в единое целое, качественно отличающееся от его составляющих;

2) характеризуется длительным и ригидным процессом формирования, в результате которого становится очень устойчивым к внешним факторам;

3) отличается упрощением возможного диапазона восприятия и оценки другой группы.

Большое внимание в изучении этого вопроса уделялось эффектам межгруппового восприятия, в которых выделялись причины межгрупповых конфликтов. Еще в 20-х годах XX века социальные психологи выявили существование эффектов межгрупповой дифференциации (ингруппового фаворитизма (предпочтение своей группы)/аутгрупповой дискриминации (пренебрежение чужой группой)) и «черной овцы», а далее — эффект гомогенности аутгруппы и эффект сверхисключения.

По мнению О.А. Гулевич¹, межгрупповая дифференциация проявляется двумя путями, о которых мы упоминали ранее, — внутригрупповым фаворитизмом и аутгрупповой дискриминацией. Внутригрупповой фаворитизм — это такой специфический механизм межгруппового восприятия, который заключается в стремлении благоприятствовать представителям собственной группы по сравнению с членами других групп, в то время как аутгрупповая агрессия — эффект межгруппового восприятия, суть которого заключается в пренебрежении аутгруппой и ее представителями. Что же касается эффекта «черной овцы», то он заключается в следующем. Тот член ингруппы, который следует нормам, принятым в обществе, оценивается более позитивно, чем представитель аутгруппы, соблюдающий те же правила, и, наоборот, к представителю собственной группы, нарушающему нормы, относятся более негативно, чем к члену аутгруппы, совершающему то же самое. Следующий эффект межгруппового восприятия, который мы рассмотрим, носит название эффекта гомогенности аутгруппы, когда члены аутгруппы кажутся нам более похожими друг на друга, чем члены ингруппы. Так, например, китайцы не только внешне напоминают друг друга, но и по поведению, общению, как кажется тем, кто смотрит на них со стороны. Эффект сверхисключения заключается в том, что при определении принадлежности окружающих к какой-либо группе, индивид стремится исключить из собственной группы своего представителя, чем включить в нее члена аутгруппы. Например, члены мусульманской общины с огромным облегчением исключают из «своих» человека, осмелившегося жениться (или выйти замуж) за того, кто не исповедует ислам, чем включить «неверного» в ряды своей группы.

¹ Гулевич О.А. Психология межгрупповых отношений. — М., 2008.

Итак, мы рассмотрели, что представляет собой межгрупповое восприятие и его эффекты, теперь же напрямую обратимся к процедуре и результатам проведенного нами исследования.

Исследование националистических особенностей межгруппового восприятия

Для проведения нашего исследования мы выбрали два теста (две методики), а именно: Шкалу социальной дистанции Э. Богардуса и Диагностический тест отношений (ДТО) Г. Солдатовой, а также составили два типа текстов о культурных сходствах/различиях грузин и русских, чеченцев и русских. Шкала социальной дистанции представляет собой перечень высказываний, которые нужно соотнести с представителями той или иной этнической группой (в нашем случае — с чеченцами и грузинами). Эти положения были следующими:

1. ...как близкого родственника (например, партнера по браку);
2. ...как близкого друга;
3. ...как соседа по дому;
4. ...как коллегу по работе;
5. ...как гражданина моей страны;
6. ...как гостя (туриста) в моей стране;
7. Я не хотел (а) бы видеть его в моей стране.

Диагностический тест отношений (ДТО) Солдатовой же является модификацией метода семантического дифференциала, которая была разработана для изучения эмоционально-оценочного компонента социального стереотипа. Данная методика является конгруэнтной для исследования межэтнических отношений и этнической толерантности, которые и представляют для нас большой интерес. ДТО представляет собой набор из 12 пар качеств (6 положительных и 6 отрицательных), расположенных на одной карточке, а также из 4-х балльной шкалы, по которой испытуемым предстоит оценивать данные качества у представителей интересующих нас этнических групп (от отсутствия качества до полной его выраженности), а именно — грузин и чеченцев. Далее мы получали определенный индекс, по которому судили о качестве (положительном или отрицательном) эмоционально-оценочного компонента этнического стереотипа.

При составлении информации о культурных сходствах или различиях мы делали акцент на традициях, которые касаются семьи, быта, видов деятельности, присущих или нет русским и чеченцам, русским и грузинам. Например, мы использовали следующие фразы: *«Грузины — очень уникальный и самобытный народ. Они не похожи на нас, русских, не только внешне (нос с горбинкой, черноволосые, коренастые), но и внутренне. У них горячий нрав (вспыльчивые, гордые), до сих пор местами сохраняется кровная месть, строгие патриархальные отношения...»*; *«Чеченцы — не православные, как*

русские, а мусульмане-сунниты, следовательно, строго следуют предписаниям Корана (соблюдение месяца Рамадана, запрет на алкоголь, чтение молитв и др.), могут иметь несколько жен, мужско-женские отношения имеют четкие разграничения...»; или «Грузины — это народ Закавказья, с которым у нас, русских, очень много общего. Например, они исповедуют такую же религию — православие, справляют Пасху, Рождество, а также Новый год...», «Чеченцы из сельскохозяйственных культур выращивают, также как и русские, пшеницу, рожь, овес, просо и др. Они, как и мы, обычно едят супы, каши, блинчики, мясные бульоны, мясо с галушками и др...».

В качестве испытуемых в нашем исследовании выступала молодежь, обоих полов в возрасте 18—30 лет в количестве 50-ти человек. Это учащиеся как гуманитарных (психологи, правоведы и др.), так и технических (специалисты по обработке материалов, ЭВМ, повара и др.) вузов и колледжей Москвы, а также люди, получившие образование и уже работающие по разнообразным специальностям: архивисты, кассиры, собаководы, воспитатели, медицинские работники, учителя и др.

Нами было проведено две серии эксперимента: в первой — все участники получили по две методики (Шкалу Богардуса и ДТО), а по прошествии 2—3-х недель половина испытуемых получила тексты с культурными различиями, а вторая половина — с культурными сходствами, а также все те же самые методики, которые следовало выполнить после прочтения текстов.

Итак, к каким же выводам, после обработки данных в SPSS 13.0, мы пришли? Как нам удалось выяснить, такая информация оказывает влияние избирательным образом: тексты с культурными различиями подтолкнули испытуемых увеличить социальную дистанцию (в отношении грузин), а тексты с культурными сходствами смогли улучшить эмоционально-оценочное отношение респондентов к выбранным народам (грузинам и чеченцам). Следовательно, такие аспекты межгруппового восприятия, как социальная дистанция и эмоционально-оценочный компонент этнического стереотипа, несмотря на их близость, весьма различаются. Так, при улучшении эмоционального отношения респондентов к представителям определенных народов, необязательно будет сопровождаться уменьшением социальной дистанции (скорее всего и наоборот). Также на способность повлиять информацией о культурных сходствах и различиях на националистические особенности межгруппового восприятия оказывает предубежденность и негативная установка людей по отношению к представителям других этнических групп (например, предубежденность к чеченцам, которые уже очень давно считаются врагами; в то же время к грузинам, ввиду не давности произошедшего конфликта, отношение весьма не однозначное, на которое легче оказать влияние).