

**О.Ф. СЕМЕНОВА**

аспирант каф. социально-экономической психологии,  
ст.преп.. каф. иностранных языков, БГУЭП,  
г. Иркутск

## ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ РОССИЙСКОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЯ: ОСОБЕННОСТИ ПРОЯВЛЕНИЯ СТЕРЕОТИПОВ В МЕЖЭТНИЧЕСКОМ СОТРУДНИЧЕСТВЕ

O.F. SEMENOVA

### PSYCHOLOGICAL PECULIARITIES OF RUSSIAN ENTREPRENEUR: FEATURES OF DEMONSTRATION OF STEREOTYPES IN INTERNATIONAL COLLABORATION

*Аннотация: в статье освещается проблема стереотипизации в процессе делового сотрудничества, характеризуется аспект формирования этнического самосознания как фактора определяющего количественные и качественные характеристики межнационального поля, также как необходимые условия национальной самоидентификации и сохранения этнической самобытности.*

*Ключевые слова: стереотип, деловое сотрудничество, этническое самосознание, межнациональное поле, национальная самоидентификация, этническая самобытность*

*Summary: the article highlights the problem of stereotypization in the process of business collaboration, characterizes the aspect of forming ethnic self-determination as the factor that determines qualitative and quantitative characteristics of international field, as well as necessary conditions of national self-identification and saving ethnic originality.*

*Keywords: stereotype, business collaboration, ethnic self-determination, international field, national self-identification, ethnic originality.*

Процесс глобализации охватил сегодня все сферы человеческой жизни. И если до недавнего времени история человечества была историей отдельных стран, народов и культур, то сегодня она зримо превращается в глобальную единую историю: все, что происходит в жизни отдельных стран, так или иначе отражается на жизни в других точках земного шара.

Очевидным положительным результатом процесса глобализации стала возможность общения с представителями разных культур, которая довольно быстро стала повседневной реальностью для многих стран и народов.

В эпоху формирования единого информационного

пространства, установления и развития межнациональных контактов и межкультурного взаимодействия, национальная специфика самовыражения того или иного этноса все больше привлекает внимание ученых целой группы наук: этнопсихологии, социологии, культурологи, коммуникативистики, лингвокультурологии. Особый интерес представляет аспект формирования этнического самосознания как фактора, определяющего количественные и качественные характеристики межнационального поля, а также как необходимого условия национальной самоидентификации и сохранения этнической самобытности.

Представители одной нации или одной этнической

общности наряду с общечеловеческими качествами обладают особенностями, типичными для всех представителей только данной нации или этнической группы и нетипичными для представителей другой. В условиях делового сотрудничества эти различия абсолютизируются, способствуют делению на «своих» и «чужих», что приводит к формированию этнических предрассудков.

При всем своем схематизме и обобщенности стереотипные представления о других народах и культурах подготавливают людей к взаимодействию с чужой культурой, ослабляют ее воздействие на психику человека, снижают силу проявления культурного шока. Ведь в процессе межкультурной коммуникации один партнер воспринимает другого вместе с его действиями и через действия

Процесс становления самосознания и формирования образа «Я» приводит к самосознанию себя как представителя определенной национальности. В результате этнической идентификации появляется возможность удовлетворить такие потребности как: потребность в принадлежности к группе, потребность в самобытности, уникальность своего «я». Причем, именно в ситуации межэтнического взаимодействия необходимость этнической идентификации актуализируется. Развивающееся международное сотрудничество представляет огромные возможности для самореализации.

В связи с этим изучение и коррекция возможных форм отрицательного стереотипа по отношению к российским предпринимателям в рамках делового сотрудничества представляется важным шагом на пути создания и укрепления деловых контактов.

Признавая, что этнические стереотипы или, по крайней мере, их отдельные компоненты можно исследовать самыми разными методами – от метода наблюдения до проективных методик, на практике многие психологи остаются приверженцами методики выявления содержания этнических стереотипов, предложенной еще в 1933 Д.Кацом и К.Брейли.

Этническая идентичность сибиряка-бизнесмена, как представителя российского бизнеса существенна важна для осуществления эффективной работы совместного российского и западного предприятия. Кросс-культурное исследование своей задачей определяет наиболее острые углы в работе с иностранными партнерами (духовная и корпоративная культура страны, традиции, обычаи и т.д.), а также проектирует методическую работу психологического тренинга-семинара по теме «Трудовой коллектив – совместное

международное предприятие»

Стереотипы (по нашему мнению) являются формой коллективного сознания, поэтому их корни следует искать в объективных условиях жизни людей, для которых характерно многократное повторение однообразных жизненных ситуаций. Это однообразие закрепляется в сознании человека в виде стандартных схем и моделей мышления. Стереотипы формируются благодаря способности человеческого сознания закреплять информацию об однородных явлениях, фактах и людях в виде устойчивых идеальных образований. Выделяя определенные внешние признаки предметов (в нашем случае людей) на основе конкретных раздражителей, сознание вызывает к жизни готовый стереотип, быстро «домысливая» в своем восприятии качественные характеристики объекта. В результате этого однородные объекты фиксируются в сознании в соответствующих представлениях, образах, оценках, посредством которых люди получают возможность обмениваться информацией, понимать друг друга, вырабатывать одинаковые ценностные установки.

В соответствии с таким пониманием природы стереотипа мы согласны с точкой зрения тех авторов, которые определяют стереотип как «схематический, стандартизированный образ или представление о социальном явлении или объекте, обычно эмоционально окрашенный и обладающий устойчивостью. Такой стереотип выражает привычное отношение человека к какому-либо явлению, сложившееся под влиянием социальных условий и предшествующего опыта» (Павловская А.В. Россия и Америка. Проблема общения культур. М., 1987. с.17)

Дополняя определения данные в предыдущем разделе, стереотип может определяться как «схематический, стандартизированный образ или представление о соц. явлении или объекте, обычно эмоционально окрашенный ... сложившийся под влиянием соц. условий и предшествующего опыта». [Тер-Минасова, Я и МКК, стр.138]

В МКК (межкультурная коммуникация) стереотипы становятся результатом обусловленной осознанием национального характера этноцентрической реакции – попытки судить обо всех соц. группах с позиции исключительно своей культуры. Национальные стереотипы чаще всего несут негативную коннотацию, восходящую к древнейшей психологической оппозиции «мы-они», «свои-чужие». [Э.В.Калашников, Язык в эпоху...стр.53]

Очевидно, нет людей абсолютно свободных от

стереотипов, можно лишь говорить о разной степени стереотипизации у коммуникантов разных типов. В большинстве случаев степень стереотипизации обратно пропорциональна опыту межкультурного взаимодействия, но это правило не всегда срабатывает из-за индивидуальных особенностей коммуникантов.

Абсолютизация действительных (или воображаемых) различий между отдельными национальными группами, враждебная установка по отношению к отдельной этнической группе способствуют формированию этнических предубеждений. (ЭП)

Наиболее полн из 5 рассмотренных определений ЭП мы считаем определение, приведенное Э. Баллачи, Р. Крачфилдом:

«ЭП – это неблагоприятная установка к объекту, которая имеет тенденцию быть крайне стереотипизированной, эмоционально заряженной и нелегко поддается изменению под влиянием противоположной информации.»

ЭП характеризуется:

- высокой устойчивостью (трудно изменить под влиянием рациональных аргументов);
- автоматическим воспроизводством в речи;
- гиперболическим характером (всегда преувеличены и в ряде случаев ошибочны).

Определяя функции ЭП, следует выделить следующие:

1) утилитарная (приспособления)

– я не люблю чужих → свои любят меня.

2) эго-защитная (сохранение самоуважения)

– я неудачник → они – лгуны и воры.

3) ценностно-защитная (защита ценностей)

– я верю в истинного Бога → их вера ошибочна!

4) информационная

– я поступаю в соответствии с обозначенными/установленными мной категориями.

Этнические предубеждения существуют в различных формах, в зависимости от степени негативизма в отношении другой группы, нации, народа и этноса в целом. По формам ЭП можно классифицировать следующим образом:

крайний расизм;

символический расизм;

символическая непредвзятость;

предубеждение на расстоянии вытянутой руки;

истинные предпочтения;

знакомое / принятое и чуждое.

Способы выражения негативного отношения народов англоговорящих стран к другим этносам отличаются разнообразием и отражают не только количество этносов, к которым англичане относятся с презрением, но и степень интенсификации этого отношения: чем больше наименований для представителей того или иного этноса существует в языке народа, тем ярче выражается негативное отношение данного народа к этой соц. группе.

В основе представления одного народа о культуре и жизни другого лежит наделение этого этноса определенными характеристиками (часто ему не свойственными!), которые при определении, описании, обращении к представителю данной соц. группы, выходят на первый план независимо от индивидуальных особенностей последнего. Несомненно, более красочная идентификация личности превращает ее в существенный критерий межличностного восприятия.

Анализируя самооценку русских и их оценка психических свойств «европейца» были выявлены значительные расхождения в оценке таких психических свойств как дружелюбие, оптимизм, исполнительность, чистоплотность. Это, как мы смеем предположить, является причиной несоответствия ценностей, по которым живут разные народы.

*Ценностные ориентации  
представителей различных этносов*

Ценности представителей русского этноса	Ценности представителей других этносов
1. судьба (рок)	1. личная забота об окружающей среде
2. традиция	2. перемены в жизни (личностный рост)
3. взаимодействие людей	3. время и контроль
4. иерархия\ранг\статус	4. равенство (равные права)
5. благополучие коллектива (корпоративная культура)	5. индивидуализм (личное пространство)
6. право на наследование	6. самостоятельность (рассчитывать только на себя)
7. сотрудничество	7. конкуренция
8. ориентация на прошлое	8. ориентация на будущее
9. формальность	9. неформальность
10. непрямолинейность (держат лицо)	10. неформальность (открытость, честность)
11. идеализм	11. практичность\эффективность
12. духовность	12. материализм\приобретение

Стереотипы – неотъемлемый элемент обыденного сознания. Ни один человек не в состоянии самостоятельно, творчески реагировать на все встречающиеся ему в жизни ситуации. Стереотип, аккумулирующий некий стандартизованный коллективный опыт и вну-

шенный индивиду в процессе обучения и общения с другими, помогает ему ориентироваться в жизни и определенным образом направляет его поведение. Стереотип может быть истинным и ложным. Он может вызывать и положительные эмоции, и отрицательные. Его суть в том, что он выражает отношение, установку данной социальной группы к определенному явлению. И в национальной психологии существуют такого рода стереотипы. Каждая этническая группа (племя, народность, нация, любая группа людей, связанная общностью происхождения и отличающаяся определенными чертами от других человеческих групп) обладает своим групповым самосознанием, которое фиксирует ее – действительные и воображаемые – специфические черты. Любая нация интуитивно ассоциируется с тем или иным образом. Часто говорят: «Японцам свойственны такие-то и такие-то черты» – и оценивают одни из них положительно, другие отрицательно. Приведем пример исследования, проведенного среди студентов Принстонского колледжа (в 1933 и 1951 годах). Они дважды должны были охарактеризовать несколько разных этнических групп при помощи восьмидесяти четырех слов-характеристик («умный», «смелый», «хитрый» и т. п.) и затем выбрать из этих характеристик пять черт, которые кажутся им наиболее типичными для данной группы. Получилась следующая картина [1]: американцы – предприимчивы, способны, материалистичны, честолюбивы, прогрессивны; англичане – спортивные, способны, соблюдают условности, любят традиции, консервативны; евреи – умны, корыстолюбивы, предприимчивы, скупы, способны; итальянцы – артистичны, импульсивны, страстны, вспыльчивы, музыкальны; ирландцы – драчливы, вспыльчивы, остроумны, честны, очень религиозны и т. д. Уже в этом простом перечне приписываемых той или иной, группе черт явно сквозит определенный эмоциональный тон, проступает отношение к оцениваемой группе. Но достоверны ли эти черты, почему выбраны именно эти, а не другие? В целом этот опрос, конечно, дает представление лишь о стереотипе, существующем у принстонских студентов.

Еще труднее оценивать национальные обычаи и нравы. Оценка их всегда зависит от того, кто оценивает и с какой точки зрения. Здесь требуется особая осторожность. У народов, как и у отдельных индивидуумов, недостатки – суть продолжение достоинств. Это те же самые качества, только взятые в иной пропорции или в другом отношении. Хотя того люди или нет, они неизбежно воспринимают и оценивают чужие обычаи, традиции, формы поведения прежде всего сквозь при-

зму своих собственных обычаев, тех традиций, в которых они сами воспитаны. Такая склонность рассматривать явления и факты чужой культуры, чужого народа сквозь призму культурных традиций и ценностей своего собственного народа и есть то, что на языке социальной психологии называется этноцентризмом.

То, что каждому человеку обычаи, нравы и формы поведения, в которых он воспитан и к которым привык, ближе, чем другие, – вполне нормально и естественно. Темпераментному итальянцу медлительный финн может казаться вялым и холодным, а тому в свою очередь может не нравиться южная горячность. Чужие обычаи иногда кажутся не только странными, нелепыми, но и неприемлемыми. Это так же естественно, как естественны сами различия между этническими группами и их культурами, формировавшимися в самых разных исторических и природных условиях.

Проблема возникает лишь тогда, когда эти действительные или воображаемые различия возводятся в главное качество и превращаются во враждебную психологическую установку по отношению к какой-то этнической группе, установку, которая разобщает народы и психологически, а затем и теоретически, обосновывает политику дискриминации. Это и есть этническое предубеждение.

Разные авторы по-разному определяют это понятие. В справочном пособии Б. Берельсона и Г. Стейнера «Человеческое поведение. Сводка научных данных» предубеждение определяется как «враждебная установка по отношению к этнической группе или ее членам как таковым». В учебнике социальной психологии Д. Креча, Р. Крачфилда и Э. Баллачи предубеждение определяется как «неблагоприятная установка к объекту, которая имеет тенденцию быть крайне стереотипизированной, эмоционально заряженной и нелегко поддается изменению под влиянием противоположной информации». В новейшем «Словаре по общественным наукам», выпущенном ЮНЕСКО, читаем:

«Предубеждение – это негативная, неблагоприятная установка к группе или ее индивидуальным членам; она характеризуется стереотипными убеждениями; установка вытекает больше из внутренних процессов своего носителя, чем из фактической проверки свойств группы, о которой идет речь».

Итак, отсюда следует, видимо, что речь идет об обобщенной установке, ориентирующей на враждебное отношение ко всем членам определенной этнической группы, независимо от их индивидуальности; эта установка имеет характер стереотипа, стандартного

эмоционально окрашенного образа – это подчеркивается самой этимологией слов предрассудок, предубеждение, то есть нечто, предшествующее рассудку и сознательному убеждению; наконец эта установка обладает большой устойчивостью и очень плохо поддается изменению под влиянием рациональных доводов.

Некоторые авторы, например, известный американский социолог Робин М. Уильямс-младший, дополняют это определение тем, что предубеждение – это такая установка, которая противоречит некоторым важным нормам или ценностям, номинально принятым данной культурой. С этим трудно согласиться. Известны общества, в которых этнические предубеждения имели характер официально принятых социальных норм, например, антисемитизм в фашистской Германии, – но это не мешало им оставаться предубеждениями, хотя фашисты и не считали их таковыми. С другой стороны, некоторые психологи (к примеру, Гордон Оллпорт) подчеркивают, что предубеждение возникает лишь там, где враждебная установка «покоится на ложном и негибком обобщении» Психологически это верно. Но это предполагает, что может существовать, так сказать, обоснованная враждебная установка. А это уже принципиально невозможно. В принципе можно, например, индуктивно, на основе наблюдений, утверждать, что данная этническая группа не обладает в достаточной мере каким-то качеством, необходимым для достижения той или иной цели; ну, скажем, что народность X в силу исторических условий не выработала достаточно навыков трудовой дисциплины, и это будет отрицательно сказываться на ее самостоятельном развитии. Но такое суждение – истинно оно или ложно – вовсе не тождественно установке. Прежде всего, оно не претендует на универсальную оценку всех членов данной этнической группы; кроме того, формулируя частный момент, оно тем самым ограничено своим объемом, тогда как во враждебной установке конкретные черты подчинены общему эмоционально-враждебному тону. И наконец рассмотрение этнической характеристики как исторической предполагает возможность ее изменения. Суждение о том, что данная группа не готова к усвоению каких-либо конкретных социально-политических отношений, если оно не просто часть враждебного стереотипа (чаще всего тезис о «незрелости» того или иного народа лишь прикрывает колониалистскую идеологию), вовсе не означает отрицательную оценку этой группы вообще и признание ее «неспособной» к высшим социальным формам. Речь идет лишь о том, что темпы и формы социально-экономического развития должны сообразоваться с местными условиями, в

том числе с психологическими особенностями населения. В противоположность этническому стереотипу, оперирующему готовыми и некритически усвоенными клише, такое суждение предполагает научное исследование конкретной этнопсихологии, к стати сказать, едва ли не самой отсталой области современного обществоведения.

Следует упомянуть о возможных путях исследования предубеждений.

Первый: у предубеждения как психологического феномена есть свои конкретные носители. Поэтому, чтобы понять истоки и механизм предубеждения, нужно исследовать психику предубежденных людей.

И второй: предубеждение – это социальный факт, общественное явление. Отдельный индивид усваивает свои этнические взгляды из общественного сознания. Следовательно, чтобы понять природу этнических предубеждений, нужно изучать не столько предубежденного человека, сколько порождающее его общество. Первым путем идет психиатрия и отчасти психология. Второй путь – путь социологии, и он нам кажется более плодотворным. Но, чтобы убедиться в этом, необходимо рассмотреть и первый подход, тем более что он тоже дает небезынтересные данные.

### Список литературы

1. Карнышев А.Д., Винокуров М.А. Этнокультурные традиции и инновации в экономической психологии. – М.ИПРАН, 2010
2. Карнышев А.Д., Трофимова Е.Л. Экономическая этнопсихология и тенденции глобализации //Современные проблемы адаптации субъектов хозяйственной деятельности. – СПб.: изд-во СПбГУЭФб 2004