

МАССОВЫЕ ОПРОСЫ, ЭКСПЕРИМЕНТЫ, КЕЙС-СТАДИ

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ПСИХОСЕМАНТИЧЕСКИХ МЕТОДОВ В ИЗУЧЕНИИ ЭТНИЧЕСКИХ СТЕРЕОТИПОВ*

Ж.В. Пузанова, А.В. Медведева

Кафедра социологии
Российский университет дружбы народов
ул. Миклухо-Маклая, 10/2, Москва, Россия, 117198

В статье описывается опыт проведения исследований этнических стереотипов студентов РУДН. Дается описание разработки и использования инструментария исследования на основе семантического дифференциала и метода ассоциаций, а также анализируются образы различных этнических групп, существующие в сознании молодежи, структура этих образов, представления о характеристиках различных этнических групп, степень близости представлений о различных этнических группах.

Ключевые слова: стереотип, этнический стереотип, социальные представления, психосемантика, семантический дифференциал.

Этнические стереотипы и традиция их научного изучения

В истории научной мысли исследования этнических стереотипов занимают определенную нишу. Предпринимались попытки описания и систематизации знаний о характерах и поведении различных народов. Этнические стереотипы выступают активной силой в преобразовании духовной жизни общества, что актуализирует как научный, так и практический интерес к данной проблеме.

Проблема этнических стереотипов в межличностном восприятии анализировалась преимущественно в этнологии, этнографии, социологии, социальной философии и других смежных дисциплинах [1; 2]. Научное осмысление переводило изучение этнических стереотипов с описательного уровня на более глубокий — объяснительный, способствовало раскрытию сущностных характеристик этнических стереотипов и межэтнических отношений. В то же время целостная картина

* Статья подготовлена в рамках проекта «Методы повышения качества инструментария исследования в социологических опросах» (№ 14.В37.21.0992 ФЦП «Научные и научно-педагогические кадры инновационной России» на 2009—2013 годы»).

научных представлений об этнических стереотипах отсутствовала. В последние годы появилось несколько исследований, затрагивающих проблему этнических стереотипов в условиях глобализации [4; 5; 7; 9; 10].

Теория этноса нуждалась в дальнейшем обогащении новейшими достижениями философии и науки, в осмыслении важных концептуальных проблем, прежде всего связанных с социокультурной динамикой этноса и этническими стереотипами и традициями. Что же касается исследований проблемы этнического стереотипа в культуре общения, то такая задача даже не была поставлена, хотя анализ этнических стереотипов в различных отраслях знания (истории, философии, социологии, психологии, этнографии) ведется давно и накоплен определенный материал для возможных генерализаций. Этнические стереотипы в явной или скрытой форме существуют во всех областях жизнедеятельности индивида и в каждую конкретную эпоху воспринимаются как единственно возможный способ сосуществования с представителями других этнических групп. Структура этнического стереотипа проявляется в виде строго определенной системы отношений, отражающей разные типы социальных связей в этнической общности.

Следует отметить, что в период с 1920-х по 1960-е гг. изучение стереотипов являлось практически монополией американских ученых (У. Кларк, У. Олбиг, Г. Оллпорт), которые рассматривали данный феномен как отрицательный, но неизбежный. Причем основное внимание исследователей было направлено на изучение так называемых «антропостереотипов» (гендерных, профессиональных, но, прежде всего, этнических).

В отечественной науке интерес к изучению этнических стереотипов активизировался в 1960—1970 гг. в среде ученых — этнографов, социологов и психологов. В настоящее время в обществоведческих дисциплинах «этнические стереотипы» рассматриваются как в рамках общего анализа теоретических проблем, так и этнографических описаний (работы Ю.В. Бромляя, Э.С. Маркаряна, Ю.М. Лотмана, Р.Г. Абдулатипова, С.А. Арутюнова, А.К. Байбурина, Л. М. Дробижевой и т.д.) [1; 3; 6]. Проблема этнических стереотипов и особенности современных этнических процессов в России и на Северном Кавказе нашли отражение в работах В.А. Авксентьева, Э.Х. Панеш, М.Б. Беджанова, А.Ю. Шадже, Р.А. Ханаху, С.А. Ляушевой и др. [2; 11; 13].

Образы этнических групп глазами студентов РУДН

Особую актуальность изучение этнических стереотипов приобретает в полиэтнической среде. Понимание этнических стереотипов важно для поиска причин межэтнических конфликтов, предупреждения возможных недопониманий между этническими группами. В данной связи «прецедентным» можно считать пример студенческой среды Российского университета дружбы народов, которая характеризуется тесными и регулярными взаимоотношениями различных этнических групп.

Проблема проведенного социологического исследования заключалась в выявлении существующих этнических стереотипов о различных общностях. В процессе

взаимодействия этнические стереотипы чаще всего отходят на второй план, — более актуальной становится информация о личностях контактирующих. Однако так происходит не всегда. В процессе жизнедеятельности индивида этнические стереотипы могут перерасти в этнические предрассудки, которые гораздо сложнее поддаются изменениям. Этнические предрассудки функционируют не в качестве первичной информации о партнере по взаимодействию, а как аксиомы восприятия и действия. Ригидность этнического предрассудка обусловлена тем, что новая информация об объекте стереотипизации усваивается избирательно, т.е. усваивается только такая информация, которая подкрепляет ту, что существовала уже до опыта общения. Таким образом, этнические стереотипы могут обуславливать позитивное или негативное межличностное взаимодействие между представителями различных наций.

Данная проблема находит конкретное выражение в ситуации межгруппового контакта, когда контактирующие субъекты воспринимают друг друга исключительно как представителей определенных национальных групп.

Российский университет дружбы народов является особой мультикультурной средой, где студенты имеют возможность общаться с представителями различных этнических групп. В связи с этим нам было интересно узнать, как студенты видят образ различных этнических общностей. Мы изучили результаты проведенных ранее исследований и остановились на пяти группах — кавказцах, арабах, африканцах, китайцах и русских [12]. Перечисленные группы широко представлены в РУДН.

В исследовании была использована целевая выборка. В нашем случае выборка состояла из нескольких выборочных совокупностей — групп студентов, имевших разную национальную принадлежность, в силу чего могло быть различно их восприятие. В связи с целями исследования основной критерий нашей выборки заключался в региональной принадлежности. Внутри выделенных групп выборочные совокупности были достаточно однородны (по возрастным характеристикам, уровню образования и т.д.). Генеральная совокупность была представлена 10 528 студентами из России, 1794 студентами из Европы, 1904 студентами из Азии, 995 студентами из Африки и 470 студентами из Америки. Для исследования было отобрано по 100 респондентов из каждого континента. Внутри каждого континента регионы были представлены пропорционально. Страны внутри континентов были отобраны случайным образом (1).

Инструментарий исследования. В исследовании были использованы метод ассоциаций и метод семантического дифференциала.

Опрос был проведен в феврале—марте 2012 г. в два этапа. На первом этапе было проведено пилотажное исследование, в рамках которого было опрошено 150 респондентов (по 30 респондентов из каждого региона). Второй этап — основное исследование. Анкета состояла из 15 вопросов для иностранцев и 14 вопросов для респондентов из России.

В рамках исследования было необходимо понять, как воспринимаются разные этнические группы респондентами из разных регионов. Было выделено пять этни-

ческих групп (некоторые из них можно назвать «условно-собираемыми») — русский, китаец, кавказец, араб и африканец. С этой целью респондентам был задан вопрос: «Какие качества, на Ваш взгляд, в наибольшей степени характеризуют представителей следующих этнических групп?» Респонденту предлагалось отметить не более 7 предложенных характеристик.

Отбор характеристик производился в несколько этапов. Во-первых, в ходе контент-анализа прессы были выявлены характеристики, наиболее часто встречающиеся при описании той или иной этнической группы. Затем было проведено предварительное исследование с использованием метода ассоциаций. Респондентам предлагалось ответить на открытый вопрос — назвать первые ассоциации: качества, характеристики которые возникают у них, когда они слышат о той или иной этнической группе. В ходе опроса 150 человек были собраны и проанализированы все названные характеристики и выделены наиболее часто встречающиеся по всем группам.

Для формулирования итогового вопроса с набором характеристик были выделены наиболее часто встречающиеся ассоциации и дополнены данными контент-анализа. В результате в формулировку закрытой шкалы вошло 24 характеристики, поскольку большее количество могло плохо восприниматься респондентами, что снизило бы качество полученной информации. Последовательность предъявляемых характеристик в каждой десяти анкетах менялась случайным образом, чтобы не произошло смещения к характеристикам, предъявляемым первыми в списке. Это несколько затруднило обработку анкет, однако позволило избежать систематической ошибки смещения. В ходе анализа итоговые характеристики были объединены в 3 группы:

1) *положительные характеристики* (гостеприимность, смелость, искренность, честность, щедрость, воспитанность, трудолюбие, ответственность, целеустремленность, вежливость, скромность);

2) *нейтральные характеристики* (общительность, гордость, темпераментность);

3) *отрицательные характеристики* (лень, наглость, хитрость, завистливость, грубость, неуважительность, трусость, жадность, агрессивность, высокомерие).

Мы умышленно не стали уравнивать количество положительных и отрицательных качеств, поскольку в ответах респондентов было больше положительных качеств.

Три качества были отнесены к нейтральным, так как они могут восприниматься двояко. Гордость может быть воспринята и как положительное качество (наличие самоуважения, чувства собственного достоинства, собственной ценности), и как отрицательная характеристика (гордыня); общительность — как открытость человека или как навязчивость; темпераментность — как открытость в проявлении чувств или излишняя активность, излишняя живость. На данном этапе было сложно определить, как именно трактовал это понятие респондент. Можно предположить, что чем более позитивна общая направленность образа, тем больше вероятность, что качества с двойственным значением были отмечены респондентами как положительные.

Второй вопрос анкеты был составлен на основе семантического дифференциала. Шкалы для дифференциала были отобраны в несколько этапов. За основу были взяты классические шкалы Ч. Осгуда. Однако, учитывая данные, полученные в ходе контент-анализа и с помощью метода ассоциаций, было принято решение пересмотреть часть шкал. Это было связано с тем, что в ходе пилотажного исследования студенты отметили ряд важных характеристик, которые не удалось включить в первый вопрос анкеты. Таким образом, актуальные, но не вошедшие в список характеристики этнических групп были введены в рамках семантического дифференциала.

В ходе пилотажного исследования респондентам было предложено оценить по шкале от 0 (качество не присуще) до 3 (качество сильно выражено) 27 пар характеристик (*активный — пассивный, бесцветный — красочный, важный — незначимый, вкусный — безвкусный, жестокий — добрый, красивый — безобразный, кривой — прямой, ложный — правдивый, любимый — ненавистный, медленный — быстрый, мужской — женский...*). В результате пилотажного исследования были отобраны шкалы, качества которых чаще отмечались респондентами как сильно выраженные. Таким образом, для исследования было отобрано 16 шкал (*активный — пассивный, жестокий — добрый, красивый — безобразный, ложный — правдивый, медленный — быстрый, неудачный — удачный, противный — приятный, радостный — печальный, разболтанный — пунктуальный, расслабленный — напряженный, родной — чужой, слабый — сильный, твердый — мягкий, умный — глупый, хладнокровный — восторженный, хороший — плохой*).

В анкете основного исследования респондентам было предложено выбрать те или иные предложенные характеристики, которые характеризуют представителей различных этнических групп с их точки зрения.

Социальные представления о различных этнических группах в разных регионах

Сравним, каким видят образ «русского», «китайца», «кавказца», «араба» и «африканца» респонденты из изучаемых регионов — России, Европы, Азии, Африки и Америки.

ОБРАЗ «РУССКИХ»

По результатам опроса респондентов из всех регионов наиболее часто русским приписывали характеристики «гостеприимность» и «общительность» (50 и 47% соответственно). По регионам распределение характеристик в образе «русских» выглядит следующим образом (табл. 1).

Таблица 1

**Образ «русских» с точки зрения представителей разных регионов
(в % по региону)**

Характеристики	Представители из					Общий по всем регионам
	России	Европы	Азии	Африки	Америки	
Гостеприимность	59,0	39,0	51,0	57,0	46,0	50,4
Общительность	47,0	46,0	58,0	46,0	36,0	46,6
Смелость	41,0	22,0	42,0	43,0	25,0	34,6
Ответственность	21,0	26,0	59,0	28,0	24,0	31,6

Окончание

Характеристики	Представители из					Общий по всем регионам
	России	Европы	Азии	Африки	Америки	
Лень	44,0	43,0	11,0	43,0	13,0	30,8
Гордость	20,0	22,0	28,0	23,0	43,0	27,2
Честность	35,0	17,0	34,0	30,0	20,0	27,2
Искренность	38,0	20,0	23,0	31,0	20,0	26,4
Целеустремленность	19,0	28,0	30,0	22,0	25,0	24,8
Темпераментность	16,0	10,0	32,0	15,0	46,0	23,8
Воспитанность	25,0	23,0	27,0	25,0	17,0	23,4
Щедрость	30,0	19,0	25,0	21,0	17,0	22,4
Вежливость	19,0	16,0	31,0	25,0	15,0	21,2
Хитрость	10,0	20,0	21,0	11,0	21,0	19,2
Трудолюбие	22,0	15,0	26,0	21,0	12,0	19,2
Грубость	9,0	16,0	8,0	13,0	24,0	14,0
Агрессивность	6,0	7,0	6,0	17,0	25,0	12,2
Наглость	11,0	18,0	9,0	14,0	8,0	12,0
Завистливость	10,0	15,0	10,0	14,0	10,0	11,8
Высокомерие	1,0	15,0	11,0	15,0	14,0	11,2
Скромность	13,0	6,0	9,0	16,0	12,0	11,2
Жадность	6,0	15,0	4,0	14,0	11,0	10,0
Неуважительность	8,0	15,0	4,0	12,0	5,0	8,8
Трусость	6,0	16,0	7,0	5,0	6,0	8,0

Если у респондентов из России гостеприимность стоит на первом месте (59%), то респонденты из других регионов указывали это качество несколько реже. Как основное качество гостеприимность русских отмечали и респонденты из Африки, и респонденты из Америки — 57 и 46% соответственно. Гостеприимство русских было отмечено и респондентами из Азии — это качество отметил 51% опрошенных, но оно не является ключевым в восприятии образа. Лишь 39% респондентов из Европы отмечали гостеприимство русских.

Общительность как качество было отмечено 47% респондентов из России. Для студентов из Европы общительность стала основным качеством, присущим русским (46% ответов). Представители Азии отмечали общительность русских чаще всех (58%). Реже всех общительность русских отмечали респонденты из Америки (36%). Респонденты из Африки поставили общительность на второе место — 46% ответов.

Смелость русских отметил 41% респондентов из России. Сходную оценку этому качеству дали респонденты из Азии и Африки — 42 и 43% соответственно. У представителей Азии смелость русских стала четвертым качеством, Африки — третьим. Гораздо реже отмечали смелость русских студенты из Европы и Америки — 22 и 25% случаев, однако это качество попало в первые десять характеристик русских.

Ответственность русских отметили 59% респондентов из Азии (это наиболее часто встречающаяся характеристика). Представители Африки, Европы, Америки и России отмечали ответственность русских лишь в 28, 26, 24 и 21% случаев соответственно.

Респонденты из России поставили такое качество, как лень, на третье место — 44%. Примерно такое же количество ответов это качество получило и у респондентов из Европы, и у студентов из Африки — 43% ответов в обеих группах. У представителей Европы это качество заняло второе место, у респондентов из Африки — третье. Студенты из Азии и Америки это указали лишь в 11 и 13% случаев соответственно, при этом лень не попала даже в 10 основных качеств.

Гордыми русских считают респонденты из Америки — 43% ответов. У остальных регионов это качество получило около 25% ответов. Респонденты из России отмечали честность русских (35%). Также считают 34% представителей Азии — это качество стало у них пятым, и Африки (30%) — качество заняло шестое место. Студенты из Европы и Америки отметили это качество лишь в 20% случаев.

Такое качество русских, как искренность, отметили 38% респондентов из России. В то же самое время другие регионы оценили это качество ниже. Если респонденты из Африки отмечали это качество примерно в трети случаев (31%), то остальные регионы отмечали его реже — каждый четвертый респондент из Азии (23%) и каждый пятый студент из Европы и Америки (по 20%). При этом у обоих регионов это качество не вошло в первую десятку.

Целеустремленными русских считают студенты из Азии — так ответил каждый третий респондент. Представители России не считают это качество одним из основных — целеустремленность русских отметил лишь каждый пятый из их числа. Различия между другими регионами незначительны — это качество выделял примерно каждый четвертый респондент.

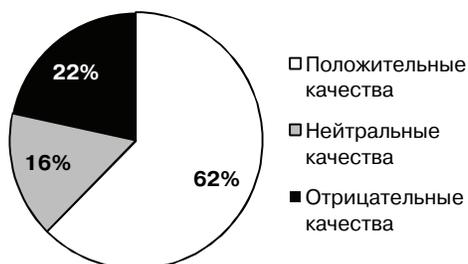
Темпераментными русских считают представители Америки: это качество отметил практически каждый второй респондент (46%) из Америки и почти каждый третий (30%) — из Азии. Другие регионы оценивают это качество русских гораздо ниже.

Такие качества, как грубость, агрессивность, наглость, завистливость, скромность, высокомерие, жадность, неуважительность и трусость, не набрали более 15% ответов по всем регионам. Здесь стоит отметить, что каждый четвертый респондент из Америки отметил грубость и агрессивность русских, в то время как в других регионах эта цифра была ниже. Также интересно отметить, что такое качество, как высокомерие, было отмечено лишь 1% респондентов из России, в то время как в других регионах это качество выделяло около 15% респондентов.

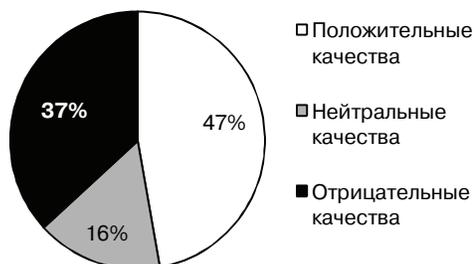
Так выглядит распределение ответов респондентов по регионам. Проанализируем соотношение характеристик в образе «русских» с точки зрения респондентов из различных регионов (рис. 1).

Наиболее позитивный образ русских у студентов из Азии (63%). Респонденты из России отмечали положительные характеристики в 63% случаев. Более половины ответов респондентов из Африки (57%) также приходилось на выбор положительной характеристики. Респонденты из Европы и Америки отмечали положительные качества русских менее чем в половине случаев (47% ответов). При этом наиболее негативно образ русских у респондентов из Европы.

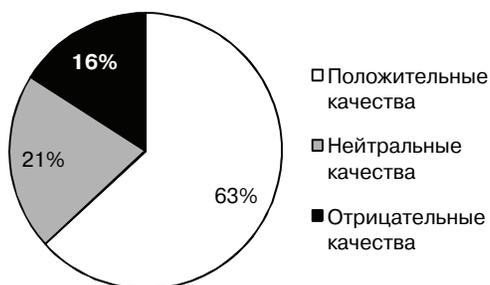
Соотношение характеристик в образе «русских» с точки зрения респондентов из России



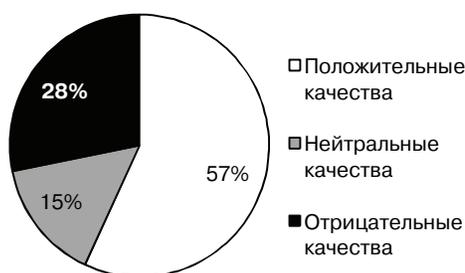
Соотношение характеристик в образе «русских» с точки зрения респондентов из Европы



Соотношение характеристик в образе «русских» с точки зрения респондентов из Азии



Соотношение характеристик в образе «русских» с точки зрения респондентов из Африки



Соотношение характеристик в образе «русских» с точки зрения респондентов из Америки

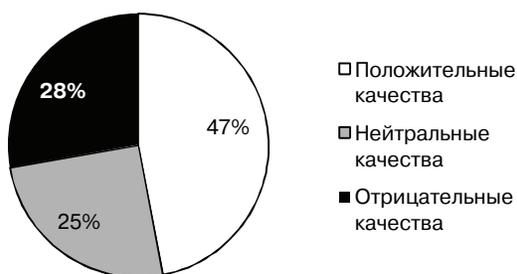


Рис. 1. Соотношение характеристик в образе «русских» с точки зрения респондентов из различных регионов

В представлении респондентов из России, Европы, Азии, Африки и Америки образ русского не предстает в качестве единого, разделяемого всеми. В некоторых регионах этот образ позитивнее, в других — негативнее. Однако ключевые характеристики этнической группы за небольшим исключением разделяются почти всеми: представители всех регионов отметили гостеприимство и общительность русских в первой пятерке основных качеств.

Из табл. 2 видно, какие качества выделялись респондентами чаще других. Так, для респондентов из России русские представляются «своими» (2,55), «умными» (1,86), «хорошими» (1,88), «приятными» (1,83) и «красивыми» (1,76). Для респондентов из Европы русские — «свои» (1,45) и умные (1,44). Студенты из Азии чаще отмечали, что русские — «сильные» (1,22), «хорошие» (1,14), «приятные» (1,10) и «добрые» (1,08). Африканцы характеризовали русских как «умных» (1,56) и «красивых» (1,63). Среди положительных характеристик респонденты из Америки отмечали, что русские — «умные» (1,51), «хорошие» (1,47), «сильные» (1,43) и «красивые» (1,33).

Таблица 2

Матрица средних значений при оценке методом семантического дифференциала этнической группы «русские»

Характеристики	Респонденты из регионов				
	Россия	Европа	Азия	Африка	Америка
Активный—пассивный	0,69	0,56	0,78	0,90	0,74
Быстрый—медленный	0,50	0,49	0,85	1,04	0,93
Твердый—мягкий	0,06	0,22	0,69	0,48	1,22
Сильный—слабый	1,50	0,65	1,22	1,05	1,43
Пунктуальный—разболтанный	0,19	0,50	0,60	1,02	1,30
Восторженный—хладнокровный	1,07	0,30	0,18	0,65	-0,34
Красивый—безобразный	1,76	1,02	1,00	1,63	1,33
Приятный—противный	1,83	1,04	1,10	0,85	0,72
Удачный—неудачный	0,94	0,81	0,85	1,05	0,94
Хороший—плохой	1,88	1,20	1,14	1,05	1,47
Добрый—злой	1,28	0,65	1,08	0,79	0,66
Правдивый—ложный	1,02	0,40	0,51	0,71	0,57
Умный—глупый	1,86	1,44	0,89	1,56	1,51
Свой—чужой	2,55	1,45	1,20	0,79	0,07
Радостный—печальный	0,91	0,81	0,41	0,74	0,39
Расслабленный—напряженный	0,36	0,01	0,05	0,49	-0,14
Средняя оценка	1,15	0,72	0,78	0,93	0,80

Наиболее яркий образ русских у респондентов из России (средняя оценка 1,15), менее всего — у респондентов из Европы (средняя оценка 0,72). Как можно увидеть, средние оценки «русского» примерно одинаковы у регионов Европа, Азия и Америка (табл. 3). Таким образом, можно говорить о том, что образы русских у этих регионов близки.

Таблица 3

Схожесть представлений о «русских» у респондентов из разных регионов (по результатам оценки с использованием семантического дифференциала)

Регионы	Россия	Европа	Азия	Африка	Америка
Россия		2,32	2,58	2,61	3,70
Европа	2,32		1,22	1,53	2,30
Азия	2,58	1,22		1,44	1,83
Африка	2,61	1,53	1,44		1,78
Америка	3,70	2,30	1,83	1,78	

Семантический дифференциал показывает, что наиболее далеки оценки русских у респондентов из России и Америки. Наиболее близки в оценках респонденты из Европы и Азии. Также близки оценки регионов Азия и Африка, и Европа и Африка.

ОБРАЗ «КИТАЙЦЕВ»

По результатам опроса респондентов из всех регионов большинство отметили трудолюбие китайцев как основную характеристику (57% респондентов). Около половины опрошенных отметили их скромность и вежливость, чуть более 44% респондентов — воспитанность.

Рассмотрим распределение ответов респондентов по регионам (табл. 4).

Таблица 4

**Образ «китайцев» с точки зрения представителей разных регионов
(в % по региону)**

Характеристики	Представители из					Общий по всем регионам
	России	Европы	Азии	Африки	Америки	
Трудолюбие	78,0	60,0	68,0	40,4	36,0	56,5
Скромность	44,0	45,0	42,0	61,6	53,0	49,1
Вежливость	47,0	49,0	47,0	56,6	39,0	47,7
Воспитанность	46,0	45,0	46,0	45,5	40,0	44,5
Целеустремленность	28,0	40,0	54,0	32,3	27,0	36,3
Ответственность	37,0	26,0	39,0	36,4	26,0	32,9
Честность	18,0	28,0	35,0	28,3	34,0	28,7
Общительность	17,0	20,0	38,0	20,2	19,0	22,8
Хитрость	26,0	15,0	31,0	24,2	17,0	22,6
Гостеприимность	14,0	24,0	21,0	30,3	23,0	22,4
Трусость	6,0	21,0	20,0	17,2	13,0	15,4
Жадность	10,0	11,0	10,0	22,2	18,0	14,2
Гордость	11,0	6,0	17,0	13,1	16,0	12,6
Щедрость	2,0	12,0	19,0	10,1	18,0	12,2
Лень	5,0	12,0	10,0	12,1	18,0	11,4
Искренность	7,0	13,0	13,0	16,2	8,0	11,4
Смелость	6,0	8,0	8,0	17,2	12,0	10,2
Темпераментность	7,0	4,0	5,0	7,1	17,0	8,0
Высокомерие	8,0	13,0	7,0	5,1	6,0	7,8
Завистливость	5,0	8,0	14,0	7,1	5,0	7,8
Неуважительность	3,0	9,0	3,0	5,1	5,0	5,0
Наглость	2,0	8,0	3,0	6,1	3,0	4,4
Грубость	3,0	4,0	2,0	3,0	2,0	2,8
Агрессивность	1,0	4,0	3,0	1,0	2,0	2,2

Трудолюбие было отмечено как главная характеристика китайцев респондентами из России, Европы и Азии. Чаще всех эту характеристику отмечали студенты из России — 78% ответов, респонденты из Европы и Азии отметили это качество в 60% и 68% случаев соответственно. Респонденты из Африки и Америки поставили это качество на четвертое место, эта характеристика получила 40% и 36% ответов соответственно.

В то же время респонденты из Африки и Америки чаще всего указывали такое качество, как скромность китайцев (62% и 53% соответственно). У респондентов

из Азии это качество стало третьим по частоте (45%), у студентов из России — четвертым (44%), а у студентов из Азии — пятым (42%).

У трех регионов вежливость стала второй по частоте ответов характеристикой. 47% студентов из России, 49% из Европы и 57% из Африки выделили вежливость как основное качество китайца. Представители Азии и Америки поставили это качество на третье место (47 и 39% соответственно).

Воспитанность китайцев была высоко отмечена всеми группами респондентов. Респонденты из России и Азии отметили это качество в 46% случаев, студенты из Европы и Африки — в 45% случаев, представители Америки — в 40% случаев.

Чаще всего целеустремленность китайцев отмечали респонденты из Азии (54% ответов). Также целеустремленность китайцев отметили 40% студентов из Европы. Студенты из России, Африки и Америки выделяли это качество несколько реже — 28, 32 и 27% ответов соответственно.

Как ответственных людей китайцев охарактеризовало 39% респондентов из Азии. Примерно также распределились голоса респондентов из России (37%) и Африки (36%). Ответственными китайцев считает четверть представителей Европы и Америки (26% ответов).

Существенное различие в оценке китайцев было обнаружено между регионами Азия и Россия по характеристике честность. 35% респондентов из Азии (34% из Америки и 28% из Европы и Африки) отметили, что китайцы — честные, в то время как менее 20% студентов из России придерживается такого же мнения.

Можно отметить значительное различие в приписывании качества «общительность». Так, почти 40% респондентов из Азии отметили, что китайцы — общительная нация. В то же время это мнение разделяет лишь каждый пятый респондент из других регионов.

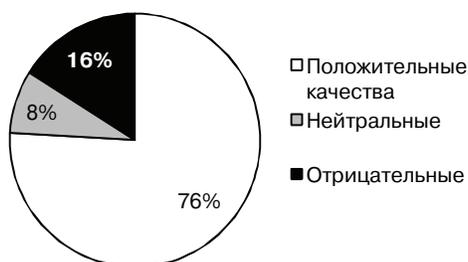
Такие качества, как трусость, жадность, гордость, щедрость, лень, искренность, смелость, темпераментность, высокомерие, завистливость, неуважительность, наглость, грубость и агрессивность, набрали менее 15% ответов. Мнения респондентов из всех регионов были примерно одинаковыми. Стоит упомянуть, что каждый пятый респондент из Азии, Европы и Африки отметил, что китайцам присуща трусость. В то же время так считают лишь 6% респондентов из России и 13% студентов из Америки.

Посмотрим на диаграммах, как соотносятся положительные и отрицательные характеристики в образе «китайца» с точки зрения респондентов из России, Европы, Азии, Африки и Америки (рис. 2).

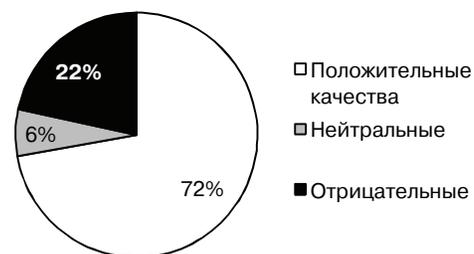
Распределение положительных и отрицательных оценок по регионам примерно одинаковое. Все регионы оценивают образ китайца как положительный. Лишь каждое пятое качество, приписываемое китайцам, было отрицательным.

Также можно отметить единство взглядов на основные качества китайцев. Все регионы приписали китайцам одинаковые ключевые характеристики — трудолюбие, вежливость, воспитанность и скромность. Таким образом, мы можем говорить о единстве восприятия образа китайца всеми регионами.

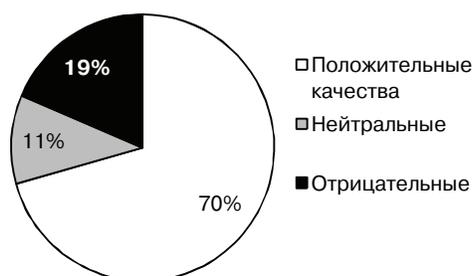
Соотношение характеристик в образе «китайцев» с точки зрения респондентов из России



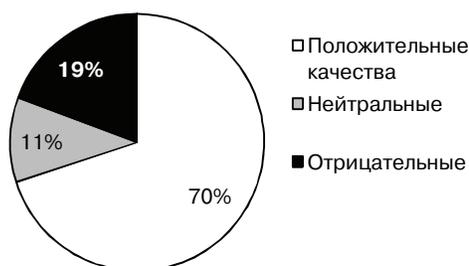
Соотношение характеристик в образе «китайцев» с точки зрения респондентов из Европы



Соотношение характеристик в образе «китайцев» с точки зрения респондентов из Азии



Соотношение характеристик в образе «китайцев» с точки зрения респондентов из Африки



Соотношение характеристик в образе «китайцев» с точки зрения респондентов из Америки

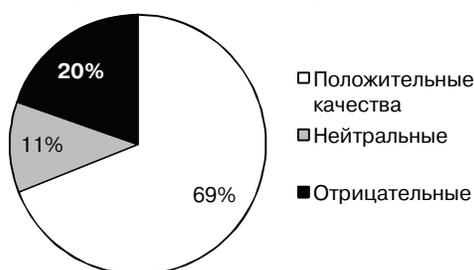


Рис. 2. Соотношение положительных и отрицательных характеристик в образе «китайцев» с точки зрения респондентов из России, Европы, Азии, Африки и Америки

Таблица 5

Матрица средних значений при оценке методом семантического дифференциала этнической группы «китайцы»

Характеристики	Респонденты из регионов				
	Россия	Европа	Азия	Африка	Америка
Активный—пассивный	1,19	0,75	0,79	1,05	-0,19
Быстрый—медленный	0,71	-0,11	0,72	1,11	0,15
Твердый—мягкий	-0,41	-0,42	-0,70	0,36	-0,65
Сильный—слабый	-0,14	-0,65	-0,51	0,31	-0,14
Пунктуальный—разболтанный	1,65	0,35	0,74	1,09	0,89

Окончание

Характеристики	Респонденты из регионов				
	Россия	Европа	Азия	Африка	Америка
Восторженный—хладнокровный	0,26	0,19	0,56	-0,17	0,03
Красивый—безобразный	-0,48	-0,39	0,29	0,16	0,30
Приятный—противный	0,43	0,15	0,68	0,51	0,83
Удачный—неудачный	0,82	0,45	0,52	1,20	0,54
Хороший—плохой	0,84	0,69	0,59	0,81	1,18
Добрый—злой	0,83	1,02	0,97	1,24	1,16
Правдивый—ложный	0,38	0,33	0,31	0,13	1,06
Умный—глупый	1,37	1,12	0,70	1,00	1,32
Свой—чужой	-0,89	-0,84	0,53	-0,42	-0,13
Радостный—печальный	0,69	0,78	0,77	0,98	0,43
Расслабленный—напряженный	-0,65	-0,09	-0,45	0,48	0,37
Средняя оценка	0,41	0,21	0,41	0,62	0,45

Для россиян китайцы чужие (-0,89), напряженные (-0,65), пунктуальные (1,65) и умные (1,37). Для европейцев китайцы чужие (-0,84), слабые (-0,65) и умные (1,12). Представители Азии охарактеризовали китайцев как мягких (-0,70), слабых (-0,51) и добрых (0,97). Африканцы отмечали, что китайцы добрые (1,24), удачные (1,20), быстрые (1,11), пунктуальные (1,09) и активные (1,05). Для американцев китайцы мягкие (-0,65), умные (1,32), хорошие (1,18) и добрые (1,16) (табл. 5).

Средние оценки по регионам различны. Выше всего китайцев оценили респонденты из Африки (0,62), ниже всего — из Европы (0,21). Респонденты из России и Азии оценили образ китайца одинаково (средняя оценка 0,41) (табл. 6).

Таблица 6

Схожесть представлений о «китайцах» у респондентов из разных регионов (по результатам оценки с использованием семантического дифференциала)

Регионы	Россия	Европа	Азия	Африка	Америка
Россия		1,87	2,15	2,00	2,48
Европа	1,87		2,01	2,33	2,05
Азия	2,15	2,01		2,29	2,08
Африка	2,00	2,33	2,29		2,41
Америка	2,48	2,05	2,08	2,41	

Наиболее близки в оценке китайцев респонденты из России и Европы. Наиболее далеки — студенты из России и Америки. Однако различия в восприятии невелики. Образ китайца близко оценивается всеми регионами.

ОБРАЗ «КАВКАЗЦЕВ»

По результатам опроса половина респондентов всех регионов отметили, что основная черта кавказцев — агрессивность и гордость. 47% считают, что кавказцы — темпераментные, 45% отметили их хитрость, а 44% — наглость.

Посмотрим, одинаково ли было распределение ответов по регионам (табл. 7).

**Образ «кавказцев» с точки зрения представителей разных регионов
(в % по региону)**

Характеристики	Представители из					Общий по всем регионам
	России	Европы	Азии	Африки	Америки	
Агрессивность	57,0	47,0	34,0	58,2	58,6	50,9
Гордость	51,0	75,0	40,0	48,0	32,3	49,3
Темпераментность	51,0	47,0	51,0	43,9	40,4	46,7
Хитрость	45,0	40,0	49,0	48,0	42,4	44,9
Наглость	61,0	42,0	44,0	39,8	30,3	43,5
Высокомерие	51,0	37,0	46,0	32,7	20,2	37,4
Грубость	49,0	33,0	43,0	27,6	29,3	36,4
Гостеприимность	36,0	39,0	19,0	30,6	22,2	29,4
Общительность	25,0	33,0	34,0	28,6	23,2	28,8
Смелость	24,0	49,0	27,0	26,5	17,2	28,8
Неуважительность	33,0	13,0	34,0	27,6	24,2	26,4
Жадность	15,0	9,0	24,0	20,4	20,2	17,7
Целеустремленность	15,0	17,0	28,0	16,3	7,1	16,7
Завистливость	22,0	15,0	15,0	11,2	16,2	15,9
Щедрость	11,0	22,0	9,0	14,3	15,2	14,3
Лень	9,0	9,0	12,0	11,2	21,2	12,5
Трудолюбие	7,0	11,0	12,0	19,4	13,1	12,5
Воспитанность	4,0	26,0	11,0	12,2	9,1	12,5
Ответственность	8,0	15,0	14,0	12,2	6,1	11,1
Честность	7,0	22,0	7,0	7,1	10,1	10,7
Вежливость	4,0	16,0	4,0	10,2	11,1	9,1
Скромность	2,0	6,0	6,0	2,0	14,1	6,0
Искренность	6,0	7,0	7,0	6,1	4,0	6,0
Трусость	4,0	6,0	5,0	4,1	6,1	5,0

Наглость чаще других отмечали респонденты из России (61%). С их точки зрения, это качество — ключевое в восприятии образа. Другие регионы оценивали наглость кавказцев реже: респонденты из Азии отмечали его в 44% случаев, но данная характеристика не является для них ключевой в восприятии указанной этнической группы. Однако у каждого региона она попала в пятерку наиболее часто упоминаемых. Европейцы, африканцы и американцы отмечали это качество в 42, 40 и 30% случаев соответственно.

Агрессивность кавказцев также является характеристикой, которую отметили респонденты из каждого региона. У респондентов из Африки и Америки агрессивность отмечалась чаще других характеристик (почти в 59% случаев). Студенты из России отмечали это качество в 57% случаев, представители Европы — в 47%, Азии — в 34% случаев.

Высокомерие кавказцев чаще отмечалось студентами из России (51%). Реже всего эту характеристику указывали респонденты из Америки — так считает лишь

каждый пятый ответивший. Среди респондентов из Африки это качество было отмечено каждым третьим, а студенты из Европы и Азии приписывали это качество в 37 и 46% случаев соответственно.

Гордость кавказских народов отметили 75% респондентов из Европы. Так же считает каждый второй студент из России и Африки. Респонденты из Азии отметили эту характеристику в 40% случаях, а среди представителей Америки так отвечал каждый третий. Это качество для всех регионов стало одним из определяющих образ кавказца.

Также одним из основных стало такое качество, как темпераментность. Его отметила половина респондентов из России, Европы и Азии, и чуть больше 40% из Африки и Америки.

Грубость кавказцев респонденты отмечали менее однородно. Так считают около половины опрошенных из России, 43% респондентов из Азии и только каждый третий студент из Европы, Америки и Африки.

Хитрость кавказцев все регионы оценили примерно одинаково. Так считает половина опрошенных из Азии и Африки, 45% респондентов из России и примерно 40% студентов из Европы и Америки.

Гостеприимными кавказцев считает каждый пятый представитель Азии и Америки. Наибольшее количество ответов это качество получило у представителей Европы (39%). Представители Европы реже отмечали, что кавказцы ведут себя неуважительно. Так отметил лишь каждый десятый респондент. В то же время это качество отмечал каждый третий студент из России и Азии, и каждый четвертый из Африки и Америки.

Такое качество, как смелость, было отмечено половиной студентов из Европы. Другие регионы оценили это качество ниже. Также считает каждый четвертый представитель регионов России, Азии и Африки, и каждый пятый респондент из Америки.

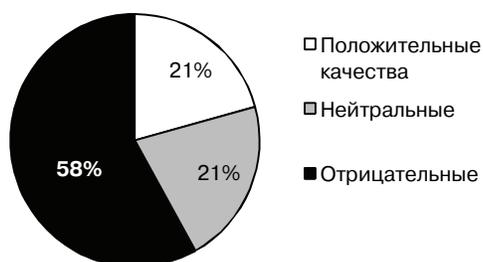
Такие качества, как завистливость, целеустремленность, скромность, трусость, вежливость, искренность, ответственность и щедрость, респонденты отмечали несколько реже. Значительных различий восприятия образа по регионам по этим качествам отмечено не было.

Посмотрим на диаграммы соотношения положительных и отрицательных характеристик в образе «кавказцев» (рис. 3).

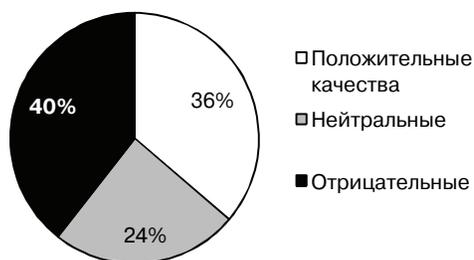
Как можно увидеть из диаграмм, кавказцам чаще приписывались негативные характеристики. Наиболее негативно их воспринимают студенты из России (58% отрицательных характеристик). Однако различия между оценками других регионов невелики. Наиболее позитивно кавказцев оценили респонденты из Европы — в 36% случаев этой этнической группе были приписаны положительные характеристики.

В целом приходится констатировать, что образ кавказца имеет негативную окрашенность в сознании представителей всех изучаемых регионов.

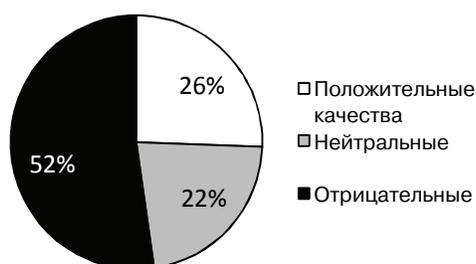
Соотношение характеристик в образе «кавказцев» с точки зрения респондентов из России



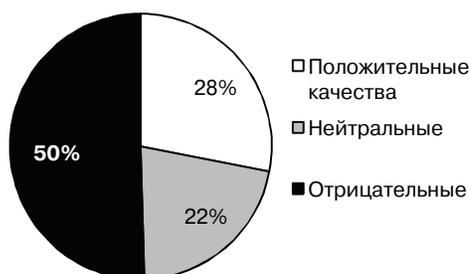
Соотношение характеристик в образе «кавказцев» с точки зрения респондентов из Европы



Соотношение характеристик в образе «кавказцев» с точки зрения респондентов из Азии



Соотношение характеристик в образе «кавказцев» с точки зрения респондентов из Африки



Соотношение характеристик в образе «кавказцев» с точки зрения респондентов из Америки

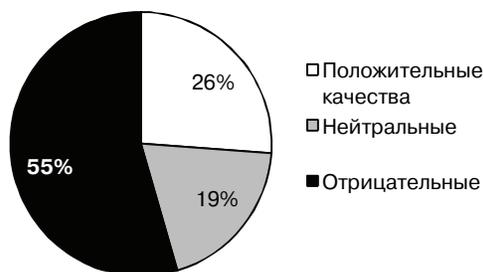


Рис. 3. Соотношения положительных и отрицательных характеристик в образе «кавказцев»

Таблица 8

Матрица средних значений при оценке методом семантического дифференциала этнической группы «кавказцы»

Характеристики	Респонденты из регионов				
	Россия	Европа	Азия	Африка	Америка
Активный—пассивный	1,46	1,48	0,32	1,25	1,14
Быстрый—медленный	1,11	1,49	0,33	1,40	0,97
Твердый—мягкий	1,39	1,56	0,76	1,04	1,20
Сильный—слабый	1,26	1,74	0,84	1,27	1,01
Пунктуальный—разболтанный	-0,91	-0,52	-0,48	-0,02	0,31

Окончание

Характеристики	Респонденты из регионов				
	Россия	Европа	Азия	Африка	Америка
Восторженный—хладнокровный	-0,66	-0,33	-0,58	-0,68	-0,13
Красивый—безобразный	-0,12	1,14	-0,24	0,73	0,30
Приятный—противный	-0,60	0,90	-0,10	-0,18	-0,13
Удачный—неудачный	0,39	0,78	0,05	0,71	0,43
Хороший—плохой	-0,62	0,70	-0,04	0,17	-0,01
Добрый—злой	-0,76	0,34	-0,12	-0,07	0,03
Правдивый—ложный	-0,98	-0,18	-0,45	-0,75	-0,22
Умный—глупый	-0,48	0,27	-0,06	0,32	-0,21
Свой—чужой	-1,02	0,92	-0,13	-0,32	0,03
Радостный—печальный	0,89	1,53	0,27	1,05	0,79
Расслабленный—напряженный	-0,41	0,10	-0,46	0,21	-0,12
Средняя оценка	0,00	0,75	-0,01	0,38	0,34

Для респондентов из России кавказцы чужие (-1,02), ложные (-0,98), разболтанные (-0,91), но также активные (1,46), твердые (1,39), сильные (1,26). Для европейцев кавказцы сильные (1,74), быстрые (1,49), активные (1,48), твердые (1,56). Представители Азии считают, что кавказцы хладнокровные (-0,58), сильные (0,84) и твердые (0,76). Представители Африки отметили, что кавказцы ложные (-0,75), хладнокровные (-0,68), быстрые (1,40), сильные (1,27) и активные (1,25). Для американцев кавказцы твердые (1,2) и активные (1,14) (см. табл. 8).

Средние оценки этнической группы кавказцев крайне различны в каждом регионе. Наиболее низко кавказцев оценивают респонденты из Азии (-0,01) и России (0). Наиболее высоко — респонденты из Европы. Оценки африканцев и американцев примерно одинаковы (табл. 9).

Таблица 9

Схожесть представлений о «кавказцах» у респондентов из разных регионов (по результатам оценки с использованием семантического дифференциала)

Регионы	Россия	Европа	Азия	Африка	Америка
Россия		3,64	2,33	2,18	2,29
Европа	3,64		3,40	2,20	2,43
Азия	2,33	3,40		2,29	1,75
Африка	2,18	2,20	2,29		1,37
Америка	2,29	2,43	1,75	1,37	

Наиболее близки в восприятии кавказцев регионы Америка и Африка. Наиболее далеки — Россия и Европа. Также можно отметить существенное различие в восприятии образа респондентами из Европы и Азии, в то время как оценки студентов из Азии и Америки близки.

ОБРАЗ «АРАБОВ»

По результатам опроса наиболее часто встречающаяся характеристика араба — хитрость. Так считает более половины опрошенных. В отличие от других

образов этнических групп, эта характеристика получила гораздо больше ответов респондентов, чем второе качество — темпераментность (отметили менее 40% респондентов). Посмотрим, прослеживается ли данное распределение в ответах всех регионов (табл. 10).

Таблица 10

**Образ «арабов» с точки зрения представителей разных регионов
(в % по региону)**

Характеристики	Представители из					Общий по всем регионам
	России	Европы	Азии	Африки	Америки	
Хитрость	52,0	46,0	43,0	53,0	59,0	50,6
Темпераментность	58,0	32,0	24,0	35,0	48,0	39,4
Гордость	34,0	37,0	30,0	34,0	51,0	37,2
Общительность	45,0	40,0	37,0	31,0	27,0	36,0
Гостеприимность	42,0	39,0	33,0	18,0	17,0	29,8
Агрессивность	15,0	21,0	20,0	35,0	48,0	27,8
Наглость	28,0	33,0	22,0	30,0	17,0	26,0
Вежливость	23,0	40,0	29,0	18,0	7,0	23,4
Высокомерие	12,0	25,0	24,0	19,0	27,0	21,4
Трудолюбие	18,0	21,0	26,0	23,0	17,0	21,0
Смелость	20,0	18,0	34,0	19,0	13,0	20,8
Грубость	16,0	20,0	23,0	17,0	26,0	20,4
Воспитанность	16,0	23,0	24,0	17,0	9,0	17,8
Щедрость	19,0	17,0	15,0	14,0	17,0	16,4
Лень	13,0	13,0	16,0	13,0	20,0	15,0
Жадность	14,0	12,0	15,0	20,0	14,0	15,0
Неуважительность	9,0	13,0	15,0	10,0	20,0	13,4
Целеустремленность	10,0	12,0	21,0	15,0	8,0	13,2
Честность	6,0	13,0	19,0	12,0	11,0	12,2
Ответственность	7,0	14,0	15,0	11,0	9,0	11,2
Завистливость	5,0	11,0	16,0	19,0	5,0	11,2
Скромность	5,0	16,0	12,0	7,0	8,0	9,6
Трусость	4,0	10,0	11,0	10,0	8,0	8,6
Искренность	10,0	8,0	4,0	7,0	2,0	6,2

Хитрость стала наиболее распространенным качеством при определении образа араба. Ключевой эту характеристику считают респонденты из Европы (46%), Азии (43%), Африки (53%) и Америки (59%). Респонденты из России отмечали это качество в 52% случаев, но данная характеристика заняла лишь второе место после темпераментности арабов.

Респонденты из России охарактеризовали араба как темпераментного человека в 58% случаев. Также считает половина представителей Америки. Другие регионы оценивали это качество немного ниже — темпераментными арабов считают каждый третий студент из Европы и Африки и каждый четвертый респондент из Азии.

Более половины респондентов из Америки считают, что отличительная черта арабов — гордость. Представители других регионов выбирали эту характеристику реже — лишь в трети случаев.

В то же время такое качество, как общительность, чаще выделялось респондентами из России (45%). Данное качество было высоко отмечено представителями Европы (40%) и Азии (37%). Студенты из Африки и Америки выделяли это качество менее чем в трети случаев.

Гостеприимство арабов отметили около 40% студентов из России и Европы и около трети представителей Азии. Однако это качество нельзя назвать одним из основных в регионах Африка и Америка. В этих регионах данное качество выделялось менее чем в 20% случаев и не вошло в первую десятку качеств, присущих арабам.

В то же время респонденты из регионов Африка и Америка чаще отмечали агрессивность арабов (35 и 48% соответственно). Представители регионов Европа и Азия отмечали это качество в 20% случаев. Так же считает только каждый седьмой респондент из России.

Наглыми арабов считают треть представителей Европы. Однако это качество не вошло в пятерку основных ни в одном из регионов. Чаще это качество отмечали представители России (28%) и Африки (30%), реже — студенты из Азии (22%) и Америки (17%).

Сильно разнятся оценки такого качества арабов, как вежливость. Так считают 40% респондентов из Европы (это самый высокий показатель), и лишь 7% респондентов из Америки. Респонденты из Азии отмечали это качество в 29% случаев, респонденты из России — в 23%. Так же считает и каждый пятый студент из Африки.

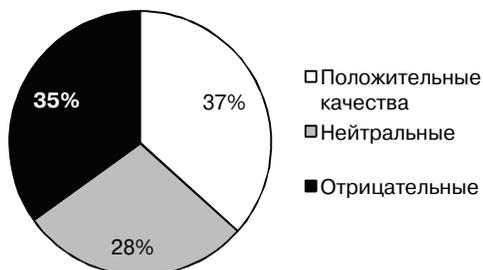
Высокомерными арабов считает каждый десятый респондент из России. В то же время это качество приписывалось арабам четвертью представителей Европы, Азии и Америки. Студенты из Африки приписывали это качество несколько реже — в 19% случаев.

Такие качества, как трудолюбие, смелость, грубость, воспитанность, щедрость, жадность, лень, неуважительность, целеустремленность, честность, завистливость, ответственность, скромность, трусость и искренность, получили наименьшее количество ответов респондентов. В основном, распределение ответов было практически одинаковым. Стоит отметить, что смелость арабов была высоко оценена представителями Азии (34%), в то время как другие регионы отмечали это качество значительно реже.

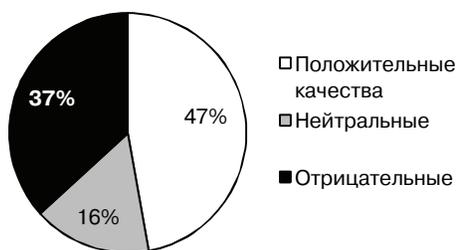
Посмотрим на соотношение положительных и отрицательных характеристик в образе «арабов» (рис. 4).

Как мы видим, распределение неоднородное. Отрицательные качества были приписаны арабам американцами в половине случаев. Наиболее позитивно арабов воспринимают респонденты из Европы (47% положительных оценок) и Азии (44%). В целом нельзя сказать, что образ араба в представлении респондентов резко негативен.

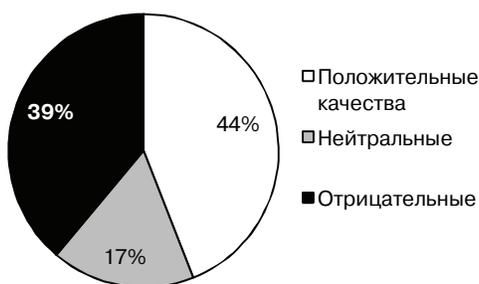
Соотношение характеристик в образе «аравов» с точки зрения респондентов из России



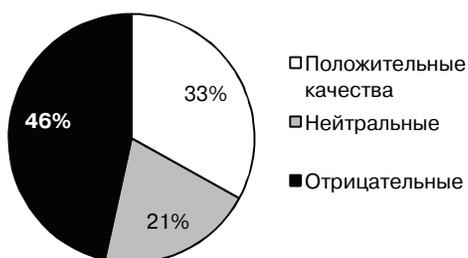
Соотношение характеристик в образе «аравов» с точки зрения респондентов из Европы



Соотношение характеристик в образе «аравов» с точки зрения респондентов из Азии



Соотношение характеристик в образе «аравов» с точки зрения респондентов из Африки



Соотношение характеристик в образе «аравов» с точки зрения респондентов из Америки

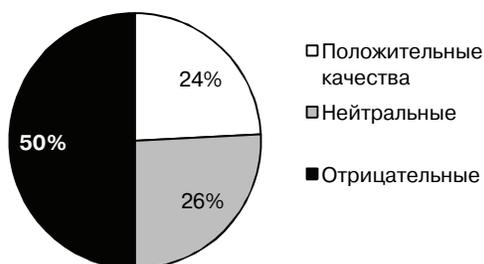


Рис. 4. Соотношение положительных и отрицательных характеристик в образе «аравов»

Таблица 11

Матрица средних значений при оценке методом семантического дифференциала этнической группы «арабы»

Характеристики	Респонденты из регионов				
	Россия	Европа	Азия	Африка	Америка
Активный—пассивный	0,89	0,57	0,37	0,77	1,25
Быстрый—медленный	0,53	0,00	0,27	1,07	0,77
Твердый—мягкий	0,69	0,22	0,08	0,54	1,16
Сильный—слабый	0,90	0,31	0,62	0,76	1,01

Характеристики	Респонденты из регионов				
	Россия	Европа	Азия	Африка	Америка
Пунктуальный—разболтанный	-0,29	-0,03	0,25	0,23	-0,31
Восторженный—хладнокровный	0,36	-0,16	0,05	0,44	0,32
Красивый—безобразный	0,27	0,42	0,22	0,91	0,34
Приятный—противный	0,05	0,23	0,13	-0,27	-0,45
Удачный—неудачный	0,45	0,67	0,31	0,68	0,25
Хороший—плохой	0,46	0,75	0,46	0,52	0,21
Добрый—злой	0,57	0,71	0,30	0,42	0,00
Правдивый—ложный	-0,44	-0,21	-0,11	-0,43	-0,18
Умный—глупый	0,49	0,55	0,37	0,61	0,40
Свой—чужой	-1,02	-0,10	0,16	0,21	-0,10
Радостный—печальный	1,25	1,19	0,50	1,10	1,03
Расслабленный—напряженный	0,50	0,43	0,07	0,40	-0,01
Средняя оценка	0,35	0,35	0,25	0,50	0,36

Для студентов из России арабы — чужие (-1,02), радостные (1,25), активные (0,89). Респонденты из Европы отметили, что арабы — радостные (1,19). Для представителей Азии арабы - сильные (0,62), для африканцев — радостные (1,1) и быстрые (1,07), для американцев — активные (1,25), твердые (1,16) и радостные (1,03) (см. табл. 11).

Респонденты из России, Европы и Америки оценили арабов одинаково. Немного ниже арабов оценили респонденты из Азии. А студенты из Африки оценили арабов немного выше (табл. 12).

Таблица 12

Схожесть представлений об «арабах» у респондентов из разных регионов (по результатам оценки с использованием семантического дифференциала)

Регионы	Россия	Европа	Азия	Африка	Америка
Россия		1,55	1,88	1,67	1,53
Европа	1,55		1,22	1,64	2,10
Азия	1,88	1,22		1,61	1,90
Африка	1,67	1,64	1,61		1,50
Америка	1,53	2,10	1,90	1,50	

Ближе всех образ араба воспринимают студенты из Европы и Азии. Дальше всех арабы находятся в восприятии респондентов из Европы и Америки. Однако образ араба оценен регионами достаточно сходно.

ОБРАЗ «АФРИКАНЦЕВ»

Как и в случае с характеристиками арабов, африканцам респонденты приписали одну наиболее яркую черту — общительность. Посмотрим, как распределялись ответы респондентов по регионам (табл. 13).

**Образ «африканцев» с точки зрения представителей разных регионов
(в % по региону)**

Характеристики	Представители из					Общий по всем регионам
	России	Европы	Азии	Африки	Америки	
Общительность	57,0	53,0	51,0	49,0	42,0	50,4
Темпераментность	27,0	29,0	58,0	30,0	32,0	35,2
Вежливость	24,0	42,0	12,0	46,0	14,0	27,6
Хитрость	20,0	22,0	54,0	8,0	27,0	26,2
Наглость	22,0	30,0	35,0	15,0	22,0	24,8
Трудолюбие	30,0	27,0	9,0	44,0	13,0	24,6
Агрессивность	19,0	21,0	46,0	11,0	25,0	24,4
Лень	25,0	29,0	18,0	14,0	31,0	23,4
Смелость	11,0	19,0	29,0	32,0	22,0	22,6
Гордость	10,0	10,0	23,0	36,0	29,0	21,6
Честность	12,0	18,0	12,0	44,0	18,0	20,8
Гостеприимность	9,0	18,0	10,0	38,0	25,0	20,0
Целеустремленность	16,0	24,0	26,0	17,0	14,0	19,4
Воспитанность	13,0	18,0	10,0	40,0	12,0	18,6
Искренность	15,0	17,0	12,0	30,0	13,0	17,4
Неуважительность	18,0	11,0	27,0	6,0	20,0	16,4
Ответственность	9,0	13,0	6,0	33,0	19,0	16,0
Грубость	6,0	17,0	30,0	5,0	17,0	15,0
Скромность	14,0	18,0	2,0	24,0	15,0	14,6
Высокомерие	8,0	14,0	32,0	6,0	8,0	13,6
Жадность	11,0	10,0	26,0	4,0	10,0	12,2
Щедрость	6,0	9,0	8,0	11,0	5,0	7,8
Завистливость	8,0	5,0	8,0	2,0	11,0	6,8
Трусость	12,0	11,0	3,0	3,0	5,0	6,8

Интересно отметить, что в случае с образом африканца виден большой отрыв одного качества от остальных в некоторых регионах. Например, почти 60% студентов из России отметили, что африканцы — общительные. Следующее по частоте упоминаний качество — трудолюбие — получило лишь 30% ответов. Представители Европы сделали акцент на двух основных качествах — общительности и вежливости (53 и 42% соответственно). Респонденты из Америки также не стали исключением. Они отметили, что африканцы — общительны, но остальные характеристики не набрали и трети голосов.

В то же время респонденты из Азии отметили как минимум четыре ключевые характеристики — темпераментность (58%), хитрость (54%), общительность (51%) и агрессивность (46%).

Наибольшее количество положительных качеств африканцам было приписано респондентами из Африки. Здесь можно говорить об автостереотипе.

Общительность африканцев как ключевое качество отметили почти все регионы. Респонденты из России называли это качество в 57% случаев, из Европы — в 53% случаев. Представители Африки и Америки выделяли его в 49 и 42% случаев соответственно. Исключением стал регион Азия — несмотря на то, что эту характеристику выделили в 51% случаях, это не стало ключевым качеством — общительность африканцев заняла в этом регионе третье место после темпераментности и хитрости.

Темпераментность африканцам чаще всех приписывали респонденты из Азии (58%). Остальные регионы оценивали это качество гораздо ниже, но все-таки в первой пятерке характеристик. Темпераментность отметили 27% студентов из России, 29% студентов из Европы и 32% респондентов из Америки. Несмотря на то, что практически каждый третий представитель Африки приписывал образу это качество (30% ответов), в данном регионе оно не вошло в пять основных.

Вежливость африканцев отметило 46% студентов из Африки и 42% студентов из Европы. Другие регионы отметили это качество гораздо ниже — качество отметил каждый четвертый представитель России и только около 13% респондентов из Азии и Америки.

Более половины респондентов из Азии отметили хитрость африканцев (54%). Остальные регионы отмечали это качество реже (Россия — 20%, Европа — 22%, Америка — 27%). Сами студенты из Африки не считают, что им присуща хитрость — это качество отметили только 8% респондентов из Африки.

Так же дело обстоит и с наглостью. Представители Африки отметили это качество только в 15% случаев. В то же время другие регионы отмечали это качество чаще. Так считает каждый третий респондент из Европы и Азии и каждый пятый респондент из России и Америки.

Трудолюбие африканцев высоко оценили респонденты из Африки. Так ответило 44% респондентов. Около 30% респондентов из России и Европы также указывали это качество. Противоположного мнения оказались студенты из Америки и Азии — трудолюбивым африканца там считает только каждый десятый.

Респонденты из Азии выше всех отметили агрессивность африканцев (46%). Так же считает каждый четвертый респондент из Америки и каждый пятый из Европы и России. Среди респондентов из Африки так считает лишь каждый десятый.

Лень африканцев отметил каждый третий респондент из Америки и Европы, каждый четвертый — из России и каждый пятый — из Азии. Студенты из Африки отмечали это качество лишь в 14% случаев.

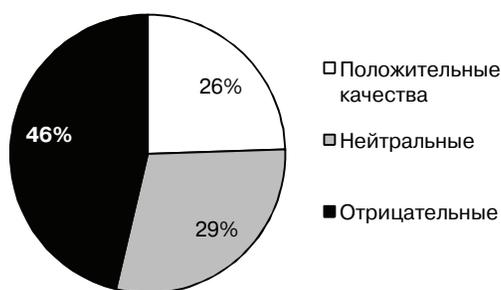
Смелость африканцев респонденты из Африки оценили выше, чем респонденты из других регионов — так ответил каждый третий респондент из этого региона. Также каждый третий студент из Африки отметил гордость африканца, в то время как студенты из России и Европы отмечали это качество лишь в 10% случаев.

Интересно отметить, что студенты из Африки примерно в два раза чаще представителей других регионов называли такие качества, как честность (44%), гостеприимность (38%), воспитанность (40%), искренность (30%) и ответственность (33%). Другие регионы не придавали этим характеристикам большого значения. В то же время каждый третий респондент из Азии отметил грубость и высокомерие африканцев. Представители Африки считают, что эти качества африканцам не присущи (5 и 6% ответов соответственно).

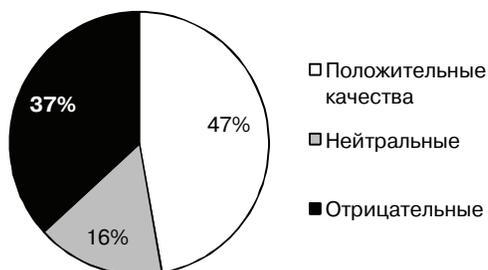
Такие качества, как целеустремленность, неуважительность, скромность, жадность, щедрость, завистливость и трусость, не были широко представлены в ответах респондентов.

Таким образом, мы можем говорить о положительном автостереотипе африканцев и более негативных гетеростереотипах других регионов. Для подтверждения этой мысли обратимся к диаграммам с соотношением положительных и отрицательных ответов (рис. 5).

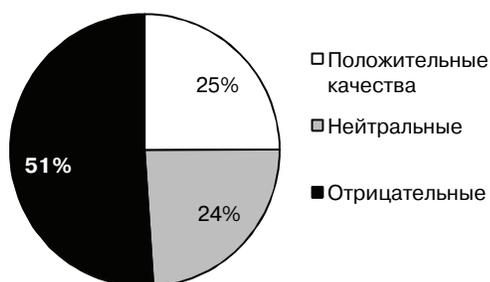
Соотношение характеристик в образе «африканцев» с точки зрения респондентов из России



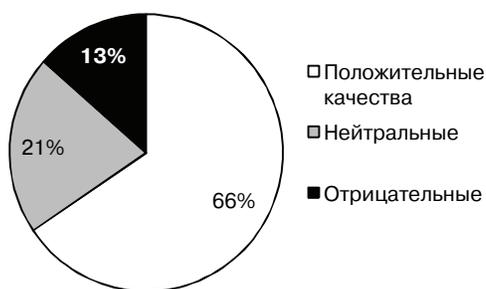
Соотношение характеристик в образе «африканцев» с точки зрения респондентов из Европы



Соотношение характеристик в образе «африканцев» с точки зрения респондентов из Азии



Соотношение характеристик в образе «африканцев» с точки зрения респондентов из Африки



Соотношение характеристик в образе «африканцев» с точки зрения респондентов из Америки

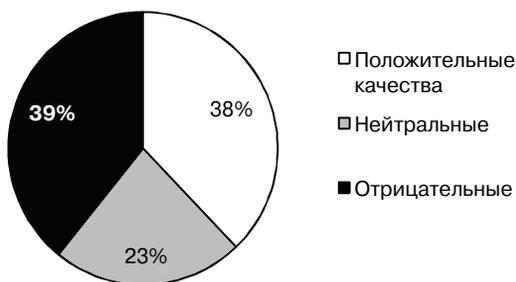


Рис. 5. Соотношение положительных и отрицательных характеристик в образе «африканцев»

На диаграммах видно, что наиболее позитивно воспринимается образ африканца студентами из Африки. 65% всех ответов были отнесены к положительным характеристикам, и лишь 14% от всех ответов — это отрицательные характеристики.

Остальные регионы приписывали африканцам положительные характеристики гораздо реже. Наиболее положительно африканцев охарактеризовали респон-

денты из Европы (47% ответов отмечали положительную характеристику). Респонденты из Америки отмечали положительные характеристики в 38% случаев. Лишь в четверти ответов студентов из России и Азии отмечались позитивные качества африканца.

Таким образом, мы можем говорить о том, что восприятие образа африканца неоднородно и не является единым для всех регионов (табл. 14).

Таблица 14

Матрица средних значений при оценке методом семантического дифференциала этнической группы «африканцы»

Характеристики	Респонденты из регионов				
	Россия	Европа	Азия	Африка	Америка
Активный—пассивный	0,78	1,33	0,96	1,93	1,42
Быстрый—медленный	0,70	0,81	1,19	1,48	0,56
Твердый—мягкий	-0,06	0,01	0,57	0,98	0,81
Сильный—слабый	0,65	1,03	1,01	1,27	1,27
Пунктуальный—разболтанный	-0,89	-0,59	-0,89	0,47	-0,41
Восторженный—хладнокровный	0,72	0,35	-0,39	0,23	0,39
Красивый—безобразный	-0,35	0,03	0,12	1,48	0,06
Приятный—противный	-0,05	0,17	0,10	1,05	0,34
Удачный—неудачный	0,25	0,56	0,57	1,45	0,17
Хороший—плохой	0,78	0,88	0,29	2,13	1,15
Добрый—злой	0,82	0,83	-0,17	1,63	0,86
Правдивый—ложный	0,40	0,22	-0,14	0,87	0,32
Умный—глупый	-0,10	0,37	-0,06	1,61	0,88
Свой—чужой	-1,00	0,00	0,14	2,04	0,54
Радостный—печальный	1,19	1,25	0,59	1,22	1,45
Расслабленный—напряженный	1,02	0,78	0,69	0,58	0,47
Средняя оценка	0,30	0,50	0,29	1,28	0,64

Для респондентов из России африканец — чужой (-1), разболтанный (-0,89), радостный (1,19) и расслабленный (1,02). Европейцы отметили, что африканцы — активные (1,33) и радостные (1,19). Респонденты из Азии отметили, что африканцы разболтанные (-0,89), быстрые (1,19). Для американцев африканцы — радостные (1,45), активные (1,42).

Студенты из Африки охарактеризовали себя как хороших (2,13), своих (2,04), активных (1,93), добрых (1,61) и умных (1,61).

Выше всех африканцев оценили респонденты из Африки. Здесь можно говорить об автостереотипе. Ниже всех африканцев оценили респонденты из России и Азии (табл. 15).

Таблица 15

Схожесть представлений об «африканцах» у респондентов из разных регионов (по результатам оценки с использованием семантического дифференциала)

Регионы	Россия	Европа	Азия	Африка	Америка
Россия		1,52	2,38	5,15	2,47
Европа	1,52		1,84	3,87	1,33
Азия	2,38	1,84		4,63	2,37
Африка	5,15	3,87	4,63		3,29
Америка	2,47	1,33	2,37	3,29	

Ближе всех в оценке африканцев оказались регионы Европа и Америка, дальше всех — Россия и Африка.

Сравнение образов различных этнических групп у представителей одного региона

Наиболее положительный образ у студентов из России сложился относительно «китайца». Респонденты из России отмечали положительные качества этой этнической группы в 76% случаев, в то время как отрицательные качества приписывались лишь в каждом 7 ответе (16% ответов). Также положительно студенты из России оценивали образ «русского» (что ожидаемо). Таким образом, можно говорить о положительном автостереотипе респондентов из России. Более 60% ответов приписывали «русскому» положительные качества, а нейтральные качества были приписаны в 16% случаев. Отрицательной была каждая пятая характеристика.

Наиболее негативно воспринимается образ «кавказца». Более половины всех приписанных характеристик были отрицательными (58%), в то время как положительным было лишь каждое пятое отмечаемое качество (21% ответов). Также в негативном свете предстал образ «африканца». Несмотря на то, что студенты из России выбирали положительные качества этнической группы в каждом четвертом случае, практически половина приписанных характеристик были отрицательными.

Интересно отметить, что образ «араба» трудно отнести к положительным или отрицательным. Процентное распределение положительных и отрицательных качеств в данной этнической группе практически одинаково (37 и 35% соответственно). Треть приписанных качеств были нейтральными. Данная этническая группа не воспринимается резко негативно или резко позитивно, скорее нейтрально.

Как и у респондентов из России, наиболее положительным в глазах студентов из Европы выглядит образ «китайца». Более 70% ответов приписывали положительные качества этой этнической группе. В то же время каждый пятое приписываемое качество было отрицательным. Образы «русского», «африканца», «араба» и «кавказца» были скорее нейтральными. Интересно отметить, что у респондентов из Европы ни один образ не вызвал резко негативной оценки. Соотношение положительных и отрицательных характеристик в образах практически равны. Чуть менее половины ответов студентов из Европы приписывали положительные характеристики образу «русских». Однако достаточно высок процент отрицательных качеств — 37% ответов.

Образу «африканца» чуть менее чем в половине случаев приписывались положительные качества. В то же время более трети характеристик были отрицательными. Наиболее близко процентное соотношение положительных и отрицательных качеств в образах «арабов» и «кавказцев». Разница находится в пределах статистической погрешности, что позволяет говорить о равенстве данных качеств в образах. Респонденты из Европы не выделили резко негативных образов.

В представлении респондентов из Азии можно отметить положительные образы «китайца» и «русского» и нейтральный образ «араба». Образы «африканца» и «кавказца» получили негативную оценку. Наиболее позитивно респондентами из Азии был отмечен образ «китайца». В данном случае мы также можем говорить о положительном автостереотипе, поскольку большая часть респондентов из Азии

являлись представителями Китая. Отрицательное качество приписывалось в каждом пятом ответе.

Образ «русского» также был воспринят позитивно. Более 60% ответов приписывали данной этнической группе положительные характеристики, а отрицательные качества приписывались только в 16% случаев. Таким образом, отрицательные характеристики «русским» респондентами из Азии приписывались реже, чем образу «китайца».

Описывая образ «араба», студенты из Азии отмечали положительные качества в 44% случаев, в то время как отрицательные качества приписывались в 39% случаев. Таким образом, соотношение положительных и отрицательных качеств очень близко, что говорит о нейтральном восприятии образа в целом. В то же время респонденты из Азии более 50% негативных качеств приписали образам «африканцев» и «кавказцев». Положительные образы обоим группам приписывались лишь в четверти ответов.

Наиболее позитивным у респондентов из Африки также стал образ китайца. Положительные качества приписывались образу в 70% случаев, в то время как негативные характеристики отмечались менее чем в 20% случаев. Интересно отметить, что крайне положительно студентами из Африки был оценен образ «африканца». Положительные характеристики были отмечены в 66% случаев, в то время как отрицательные отмечались лишь в 14% ответов — это самый низкий показатель по региону. Можно говорить о положительном автостереотипе африканца. Достаточно положительным предстал образ «русского». Студенты из Африки отметили негативные черты этнической группы менее, чем в трети случаев, в то время как положительные характеристики отмечались почти в 60% случаев.

Образ «араба» глазами студентов из Африки был скорее негативен, поскольку почти половина ответов отрицательно характеризовали этническую группу, в то время как положительными была лишь треть приписанных качеств.

Наиболее негативно был воспринят образ «кавказца». Половина всех приписываемых качеств были отрицательными, в то время как к положительным характеристикам прибегали менее, чем в 30% случаев.

У респондентов из Америки наиболее положительным также стал образ «китайца», в то время как образы «араба» и «кавказца», как и у респондентов из Африки, были скорее негативными. Интересно отметить схожесть взглядов представителей Африки и Америки относительно окраски образов. Однако у респондентов из Америки негативные образы выражены ярче. Так, положительные характеристики и «арабам» и «кавказцам» были приписаны лишь в четверти ответов, в то время как более половины ответов отмечали негативные качества.

Для студентов из Америки нейтральным стал образ «африканца». И положительные, и отрицательные характеристики были отмечены чуть менее, чем в 40% случаев. Образ «русских» глазами студентов из Америки скорее может быть отнесен к положительным: положительные характеристики приписывались в каждом втором случае. Однако и отрицательные качества приписывались в каждом третьем случае ответа.

Таким образом, респонденты из всех изучаемых регионов наиболее положительно воспринимают образ «китайца». Образ «русского» глазами студентов также не вызывал резко негативных эмоций. В то же время образы «африканца» и «кавказца» для всех регионов за небольшим исключением скорее негативны, а образ «араба» для респондентов из России, Европы и Азии нейтрален, в то время как для респондентов из Африки и Америки образ представляется негативным.

Общие результаты оценки с использованием метода семантического дифференциала

Оценка с использованием метода семантического дифференциала показала следующие результаты. Наименьшее расстояние, т.е. наибольшее сходство, было отмечено у образа «китайца». Наиболее близки в оценках образа «китайца» стали респонденты из России и Европы. Значение семантического дифференциала для них составило 1,87. Самыми различными в представлении об образе оказались представители России и Америки. Однако значение семантического дифференциала для этих групп составило 2,48, что очень близко к показателю двух наиболее близких групп.

Таким образом, метод семантического дифференциала подтвердил оценки, полученные по основному вопросу, поскольку образ китайца был наиболее однозначен в оценках различных регионов.

Также семантический дифференциал выявил близость взглядов респондентов относительно образа «араба». Наиболее близки в оценке были респонденты из Европы и Азии (1,22), наиболее далеки — оценки студентов из Америки и Европы (2,10), что также подтверждает схожесть представлений представителей различных регионов о арабах.

Образ «кавказца» также оказался схож у представителей изучаемых регионов. Наиболее схожи представления респондентов из Африки и Америки. Наиболее далеки оказались представления респондентов из России и Европы.

Оценка методом семантического дифференциала показала также схожесть представлений об образе «русских». Различия по всем регионам незначительны. Исключением является регион Америка, который находится дальше всего от представлений студентов из России. Наиболее схожи оказались представления студентов из Европы и Азии.

Самые большие различия в представлении оказались у образа «африканец». Это связано с отличием в представлении студентов из Африки и студентов из других регионов. Представление респондентов из Африки об «африканцах» значительно отличается от представлений других регионов.

Что касается методов, использованных в исследовании, можно отметить, что метод ассоциаций, примененный в пилотажном исследовании, позволил гораздо шире взглянуть на образ изучаемых групп. Многие первоначально выделенные характеристики, которые не вошли в анкету для массового опроса, значительно дополнили бы представления о восприятии образов респондентами. Однако трудность заключалась в высоком проценте пропусков ответов на данный вопрос

в рамках пилотажного исследования, что говорит о том, что оно вряд ли применимо для массового опроса с большим набором характеристик или большим набором изучаемых образов.

Метод семантического дифференциала позволил подтвердить данные, полученные с помощью основного вопроса с выбором характеристик, полученных на основе метода ассоциаций. Если первоначально мы смогли выявить общую позитивную, нейтральную или негативную направленность образа для определенного региона, то с помощью метода семантического дифференциала удалось выявить схожесть и различия в представлениях тех или иных регионов.

Стоит также отметить, что респонденты достаточно быстро и легко понимали суть задания, то есть анкета воспринималась студентами достаточно легко. Таким образом, можно предположить, что примененные методы хорошо работают для изучения образов этнических групп. Таким образом, оба метода хорошо дополнили друг друга и позволили рассмотреть проблему более детально.

ПРИМЕЧАНИЕ

- (1) При рассмотрении результатов, полученных по региону «Европа», важно учитывать данное наполнение массива — «с почти абсолютным численным перевесом» респондентов из СНГ. Такое построение выборки обусловлено объективными причинами, а именно малой представленностью в самой генеральной совокупности студентов, приехавших учиться в университет из стран Западной и Центральной Европы.

ЛИТЕРАТУРА

- [1] Арутюнов С.А. Народы и культуры: Развитие и взаимодействие. — М., 1989.
- [2] Беджанов М.Б. Проблемы национальных отношений на северном Кавказе и пути их решения. — Майкоп, 1997.
- [3] Бромлей Ю.В. Очерки теории этноса. — М., 1983.
- [4] Гидденс Э. Ускользящий мир. Как глобализация меняет нашу жизнь. — М., 2004.
- [5] Глобализация и мультикультурализм / Отв. ред. Н.С. Кирабаев. — М., 2005.
- [6] Дробижева Л.М. Национальное самосознание: база формирования и социально-культурные стимулы развития // Советская этнография. — 1991. — № 1.
- [7] Манько Ю.В., Шашков Н.И. Нации и национальные отношения (исторический и философский анализ). — М., 2009.
- [8] Маркарян Э.С. Теория культуры и современная наука. — М., 1983.
- [9] Межкультурное взаимодействие в полиэтничной молодежной среде: социологический подход / Под ред. Н.П. Нарбута, Д.Г. Подвойского. — М.: Экон-информ, 2012.
- [10] Мнацаканян М.О. Национализм и глобализм. Национальная жизнь в современном мире. — М., 2009.
- [11] Панеш Э.Х. Этническая психология и межэтнические отношения. Взаимодействия и особенности эволюции. — СПб., 1996.
- [12] Пузанова Ж.В. Исследование этнической толерантности в полиэтничной молодежной среде РУДН // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия «Социология». — 2010. — № 4. — С. 119—126.
- [13] Шадже А.Ю. Этнические ценности как философская проблема. — М.; Майкоп, 2005.

PSYCHO-SEMANTIC METHODS IN THE STUDY OF ETHNIC STEREOTYPES

Zh.V. Puzanova, A.V. Medvedeva

Chair of Sociology

Peoples' Friendship University of Russia

Miklukho-Maklai str., 10/2, Moscow, Russia, 117198

The article presents the results of the research of ethnic stereotypes characteristic of PFUR students. The author describes the development and application of the research instruments on the basis of the semantic differential and method of associations, and analyzes the images of various ethnic groups in the minds of young people, the structure of these images, their ideas of the characteristics of different ethnic groups and the extent to which these ideas of different ethnic groups are similar.

Key words: a stereotype, the ethnic stereotype, social ideas, psycho-semantics, a semantic differential.