Тема Этнопсихология

План лекции:

1. Понятие этнопсихологии
2. Понятие о социальном характере и национальных образах мира

Этническая психология — наука междисциплинарная, имеющая, как минимум, двух родителей — этнографию (этнологию) и психологию. Помимо этого у нее масса других близких родственников — социология, культурология, философия и т.д. В ходе своего развития она являлась наукой скорее социальной и объясняющей, чем сугубо эмпирической. Первоначально целью этнической психологии было изучение психологических особенностей духовной культуры народов. (1)

Во второй половине XIX столетия *сформировались самые общие понятия этнопсихологии* — психология народов, национальный характер, народный дух и появился термин этническая или этнографическая психология (Т. Рибо). Одновременно развивалось и философско-психологическое направление в этнопсихологии (Х. Штейнталь, М. Лацарус, В. Вундт, Г. Лебон и др.). Основным методом исследования в тот период был анализ проявлений человеческого духа в языке, обычаях, мифах, т.е. в сфере духовной культуры разных народов. Отечественная этническая психология в историческом контексте связана с именами языковедов и литературоведов Д. Овсянико-Куликовского и А. Потсбни, этнографов Н. Надеждина и К. Кавелина, философа Г. Шпета.(1)

Предметом этнопсихологии как самостоятельной отрасли знаний является изучение своеобразия проявления и функционирования психики представителей различных этнических общностей.

Цель этнической психологии заключается в выявлении социально-психологических механизмов интеграции различных этнических групп в поликультурном мире, формирования позитивной этнической и культурной идентичности, этнической толерантности на групповом и личностном уровнях.

Этническая психология как отрасль научных исследований имеет свои конкретные задачи:

1) исследование социально-психологических проблем межэтнического взаимодействия (особенности межэтнического восприятия, межэтническая коммуникация, межкультурная адаптация, этнические конфликты);

2) изучение особенностей формирования и актуализации этнической идентичности;

3) социально-психологическое прогнозирование развития этнических процессов в разных регионах страны и между странами на основе психологических особенностей различных народов;

4) создание и апробирование программ и методов социально-психологического тренинга успешного межкультурного взаимодействия.(2)

Социальный характер — это обозначение стабильной и четко выраженной системы ориентации. Процесс социализации начинается уже с того мгновения, когда индивид определяет себя и свое отношение к другим людям через те или иные формы человеческих отношений. Развитие конкретного типа общения приводит к формированию социального характера. (3)

Социальный характер - совокупность разнообразных психических черт, которая присуща большинству членов данной социальной группы и возникает в результате общих для них переживания, интересов и образа жизни. Социальный характер, с одной стороны, приспосабливает деятельность человека к определенным социальным условиям, то есть он направляет ее в русло определенных социальных нужд. С другой стороны, социальный характер превращает психическую энергию индивида в производительную силу общества.

Э. Фромм выделяет следующие типы социальных характеров:

1. Неплодотворные ориентации:

а) рецептивная ориентация - человеку этого типа представляется, что источник всех благ лежит вовне, и он считает, что единственный способ обрести желаемое - получить его из внешнего источника. При такой ориентации проблема любви состоит почти исключительно в том, чтобы быть любимым, а не в том, чтоб любить самому. В сфере интеллекта они также ориентированы на восприятие идей, а не на их создание. Их первая мысль - найти кого-нибудь, кто даст им нужную информацию, вместо того чтобы самим сделать хоть малейшее усилие. Если это люди религиозные, то они ждут всего от Бога и ничего от собственной активности. Они нуждаются в людях, которые обеспечат их безопасность, дадут им необходимые блага, поэтому легко попадают в зависимость от других. Они чувствуют себя потерянными, когда предоставлены сами себе, поскольку считают, что ничего не способны делать без посторонней помощи;

б) эксплуататорская ориентация - люди этого типа также считают, что все необходимые блага находятся во внешней среде и ничего нельзя создать самому. Однако они не верят, что можно получить что-то от других в дар, а считают, что желаемое надо получить силой или хитростью либо отнять у других. Даже в области любви они испытывают влечение только к тем лицам, которых могут отнять у кого-то другого. Идеи они также не создают, а берут или крадут их в форме плагиата либо в форме парафразы идей, высказанных кем-то другим. Вещи, которые они могут отобрать у других, всегда кажутся им лучше тех, какие они могут создать сами. Они используют и эксплуатируют всех и каждого, из кого могут хоть что-то выжать. Их девиз: "Краденый плод самый сладкий". Их установка окрашена враждебностью и манипуляцией. Каждый человек рассматривается ими как объект эксплуатации и оценивается по его полезности. К людям они проявляют цинизм, подозрительность, скрытую или явную враждебность, зависть и ревность:

в) стяжательская ориентация - люди этого типа не верят, что могут получить из внешнего мира что-то новое, поэтому считают, что надо беречь

и экономить то, что есть. Они как бы окружают себя защитной стеной, их главная цель - приносить как можно больше в свое укрытие и как можно меньше из него отдавать. В сфере любви они стремятся полностью завладеть любимым, рассматривают его как свою принадлежность; в сфере вещей проявляют стяжательство, жадность, сверхэкономию и сверхаккуратность. У стяжателя всегда упорядочены вещи, мысли, чувства, воспоминания, он терпеть не может, если вещи не на своем месте, и будет автоматически приводить их в порядок;

г) рыночная ориентация - люди этого типа считают, что успех зависит от того, насколько человек хорошо умеет продать себя на рынке, насколько он умеет подать себя с привлекательной стороны. Иными словами, человек начинает воспринимать себя как товар. Он должен уметь вступить в состязание со многими другими, он заботится не о своей жизни и счастье, а о том, чтобы стать ходким товаром, а для этого нужно знать, какой тип личности пользуется повышенным спросом. Кино, мода формирует образ желаемой личности, который пытается воплотить каждый человек рыночного типа. Если превратности рынка являются мерилом ценности человека, чувства собственного достоинства и самоуважения разрушаются. Если человек вынужден все время пробиваться к успеху и любая неудача являет жестокую угрозу его самооценке, то результатом будет чувство беспомощности, неуверенности и неполноценности.

2. *Плодотворная ориентация*, являющаяся целью человеческого развития. Ее Фромм противопоставляет описанным выше типам характера. Плодотворность предполагает, что человек обладает здоровой зрелой личностью. Силой своего разума он способен проникнуть в глубь явлений и познать их сущность; силой своей любви способен разрушить стену, отделяющую одного человека от другого. Он способен понять самого себя, свое назначение, которое отличает его от других людей и делает его тем, кто он есть, стремится стать тем, чем он является потенциально, используя и развивая все свои силы, способности и возможности. Любовь является

плодотворной формой отношений к другим и к самому себе. Она предполагает заботу, ответственность, уважение и знание, а также желание, чтобы другой человек рос и развивался. Любить человека плодотворно - значит заботиться о нем и чувствовать ответственность за его жизнь: не только за его физическое существование, но и за развитие всех его человеческих сил. Уважение к человеку означает способность видеть его таким, каков он есть, понимать его уникальность и индивидуальность. В процессе плодотворного мышления человек способен видеть объект таким, каков он есть в действительности, а не таким, каким хотелось бы думающему.

В типологической модели социальных характеров, которую предложил отечественный психолог Б. С. Братусь, отмечается, что важнейшим признаком для характеристики личности является типичный, преобладающий для нее способ отношения к другому человеку, другим людям и самому себе. Исходя из этого доминирующего фактора, Б. С. Братусь намечает несколько уровней в структуре личности:

1. Эгоцентрический уровень определяется преимущественным стремлением лишь к собственному удобству, выгоде и престижу. Отношение к другим сугубо потребительское, лишь в зависимости от того, помогает ли другой человек личному успеху или нет, выгоден он или нет, т.е. другой человек выступает как вещь. Личное счастье и благо важнее всего, вне зависимости от того, счастливы или несчастливы другие.

2. Группоцентрический уровень идентифицирует себя с какой-либо группой. Отношение человека к другим людям зависит от того, входят ли эти другие в его группу или нет. Если другой входит в такую группу, то он ценен не сам по себе, а своей принадлежностью к группе, достоин жалости, уважения, снисхождения, прощения, любви. Если другой в эту группу не входит, то эти чувства могут на него не распространяться, т.е. мир делится на "своих" и "чужих". Благо и счастье связаны с процветанием той группы, с

которой идентифицирует себя человек. Он не может быть счастлив, если терпит несчастье его группа.

3. Просоциальный (гуманистический) уровень предполагает, что себя и других людей ценят, признают равные права, свободы и обязанности. Здесь работает принцип: "поступай с другими так, как ты бы хотел, чтобы поступили с тобой". Этот уровень характеризуется устремленностью к достижению результатов, которые принесут благо не только самому индивиду, но и другим людям, человечеству в целом.

4. Духовный (эсхатологический) уровень предполагает взгляд на человека как на существо, жизнь которого не кончается вместе с концом его земной жизни, а связана с духовным миром. Это уровень, в рамках которого решаются субъективные отношения человека с Богом, возникает ощущение связи с Богом и представление о счастье как служении и соединении с ним.

Все четыре уровня так или иначе присутствуют в каждом, и в какие-то моменты, хотя бы ситуативно, побеждает один уровень, а в какие-то - другой. Однако можно говорить и о некотором типичном для данного человека профиле, типичном устремлении. Культура и образ жизни того или иного общества влияет на формирование этого типичного устремления. (4)

Термин «*национальный образ мира»* был введен в широкое употребление известным культурологом Г.Д. Гачевым, филологом по образованию, «крупнейшему специалисту по менталитету народов мира» в его книге «Национальные образы мира. Общие вопросы».

Г.Д. Гачев рассматривает национальный образ мира в качестве целостного образа, который создается представителями определенной нации, и состоит из взаимодополняющих друг друга компонентов. Основными составляющими национального образа мира, по мнению Г.Д. Гачева, можно считать хронотоп (Природу), традиции, культуру и историю определенного народа, а также его мышление. Целостное взаимодействие этих компонентов помогает понять образ мира, который характеризует определенную нацию. Г.Д. Гачев отмечает также, что национальное своеобразные образы

(символы) мира, отражающие особенности идиоэтнического мировосприятия, обусловлены психологией народа, а также природными условиями проживания, образом жизни, многовековыми национальными традициями. Причём, выкристаллизовываются в системе образов лишь те символы, которые имеют ценность для конкретного народа. Более того, один и тот же культурный концепт, один и тот же образ, по-разному трактуется разными народами, что находит свое отражение и в языке.

Выявление особенностей национального своеобразия образов мира, прежде всего, проявляется в осознании различий и сходства в системах мировосприятия различных народов. При этом, как полагал Л.С. Выготский осознание различий мировосприятия предполагает более низкую степень развития способности к обобщению и концептуализации, и оно более вероятно на уровне обыденного, «житейского» сознания.

Выделение же общих черт, сходства между национальными картинами требует более высокой степени концептуализации. Поэтому гораздо легче обозначить национальную специфику разных этнокультурных общностей, которые относятся к разным культурам - например, восточная и западная, чем выявить образы мира близкородственных народов.

Национальное своеобразие национальных картин мира, следовательно, обусловливается следующими факторами:

а) гносеологическими;

б) психологическими;

в) чисто лингвистическими.

Эти факторы образуют некое структурно-смысловое единство и выступают основой национального мировосприятия. (5)

Список использованной литературы:

1. Лебедева Н. М. Этнопсихология : учебник и практикум для академического бакалавриата / Н. М. Лебедева. — Москва : Издательство Юрайт, 2019.
2. Сунцова Я.С. Этнопсихология. Учебно-методическое пособие для студентов высших учеб. заведений / Сост. Я.С. Сунцова, С.А. Вьюжанина. – Ижевск: Изд-во «Удмуртский университет», 2015.
3. Гуревич, П. С. Психология : учебник для академического бакалавриата / П. С. Гуревич. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019.
4. Столяренко Л. Д. Общая психология : учебник для академического бакалавриата / Л. Д. Столяренко, В. Е. Столяренко. — Москва : Издательство Юрайт, 2019.
5. Ходжабекян М.С., Авраменко А.С., Соколова В.О. Национальный образ мира // Вопросы науки и образования. 2018. №5 (17).