

УКД: 800: 159.9

СТЕРЕОТИП: ФОРМИРОВАНИЕ И ХРАНЕНИЕ В СОЗНАНИИ ЧЕЛОВЕКА

Е.А. Галкина

*ассистент кафедры иностранных языков
email: e.starodubtseva@mail.ru*

Курский государственный университет

В статье рассматриваются понятие, причины возникновения и механизмы формирования и хранения стереотипов в сознании человека, а также проблемы, связанные с их реализацией в межкультурном общении.

Ключевые слова: социальный стереотип, категоризация, механизмы формирования, стереотипизация.

Каждый человек рассматривает окружающий мир через призму своей культуры, ее традиций и истории, поэтому поведение других людей мы чаще всего расцениваем как адекватное или неадекватное нашим культурным позициям и стереотипам. Исследование стереотипов, их формирования, хранения и функционирования в сознании человека становится всё более и более актуальным в психолингвистике, так как данное направление влияет на повышение эффективности межкультурной коммуникации, а также помогает устранять возможные преграды в межкультурном общении. В статье была предпринята попытка рассмотрения явления стереотипизации на основе отечественных и зарубежных исследований в области психолингвистики.

Понятие «стереотипа» исследовалось в работах ученых разных областей знания: социологов, этнографов, психологов, этнопсихолингвистов и лингвистов. Желая понять и изучить данный феномен, специалисты каждой из дисциплин стремятся выделить в стереотипе те характеристики, которые отражают его роль прежде всего в их сфере исследования: в связи с этим речь идет о социальных стереотипах, ментальных стереотипах, этнических стереотипах, стереотипах общения, речевых стереотипах и, соответственно, классификации этих типов. Дэвид Мацумото дает наиболее общее определение стереотипу. «Стереотипы – это наши обобщенные представления о группах людей, в частности об их основополагающих психологических характеристиках или чертах личности» [Мацумото 2004: 42].

В рамках данного исследования более подробно будет раскрыт такой тип стереотипов, как социальный. Первым, кто ввел понятие «социальный стереотип», был У. Липпман. По его мнению, стереотип – это упорядоченные, схематичные, детерминированные культурой «картинки мира» в голове человека, которые экономят его усилия при восприятии сложных социальных объектов и защищают его ценностные позиции и права [Lippmann 1922]. Социальный стереотип проявляется как в форме стереотипа мышления, так и стереотипа поведения личности. Он возникает на основе спонтанных чувств и эмоций, но определяется все же естественными условиями развития людей, закрепляемыми в коллективном сознании. По мнению Ж. Коллена, стереотип – это механизм взаимодействия по крайней мере двух сознаний, простейшая форма коммуникации, результат взаимного тяготения и культурного напряжения, одновременно характеризующие и степень социализации людей (Цит. по [Прохоров

1996: 73]). Ж. Пиррот считает, что стереотип общественного сознания всегда социально организован, функционирует на основе какого-то определенного социального заказа. Смена стереотипов, как и проблема стереотипизации общественного сознания, всегда связана со сменой коллективных убеждений, которые в свою очередь являются результатом коллективных действий, определяющих качественное изменение жизни целого социума (Цит. по [Прохоров 1996: 73]).

Стереотип мышления понимается многими авторами как определенное представление о действительности или ее элементе с позиции «наивного», обыденного создания [Апресян 1995; Толстая 1995]. В когнитивной лингвистике и этнолингвистике термин *стереотип* относится к содержательной стороне языка и культуры, т.е. понимается как ментальный стереотип, и коррелирует с наивной картиной мира. При соотношении стереотипа с наивной картиной мира соответствие между представлением и реальными свойствами объекта картины мира, а также мотивированность этого представления не являются обязательной составляющей возникновения и функционирования стереотипа. Культурный источник того или иного свойства реалии (суеверия, фольклорная литература, философские, исторические и т.д. традиции) неизвестен обычным носителям языка. Более того, использование стереотипов происходит автоматически: говорящий, как правило, не только совершенно не задумывается об истории мотивировки, но даже не обращает внимания на то, что некоторые эталонные свойства противоречат эмпирической картине мира.

Многие исследователи подчеркивают ассоциативную природу стереотипа. Ю.А. Самарин определяет стереотип как единицу языка, вызывающую на психовербальном уровне в сознании представителей определенной национально-культурной общности некоторый минимум сходных ассоциативных реакций по ряду семантических признаков оценочного характера [Самарин 1962]. Эти рассуждения позволяют не согласиться с мнением ряда исследователей, что главную роль в формировании стереотипа играет частота встречаемости определенных объектов, явлений в жизни людей, нередко выражающаяся в более продолжительных контактах именно с данными объектами, что и приводит к их стереотипизации [Стукаленко 1992]. Это только одна из причин возникновения и закрепления в сознании стереотипов. Стереотипы могут создаваться и увековечиваться за счет коммуникативной передачи вербальных «ярлыков» из поколения в поколение, без фактического взаимодействия с людьми, являющимися объектом стереотипа [Brislin 1993]. Стереотипы могут создаваться и подкрепляться телевидением, кино, журналами другими СМИ. Стереотипы могут формироваться через ограниченные контакты с членами объекта. Иногда стереотип оказывается продуктом собственного наблюдения за объектом. Характеристики наблюдаемого человека идентифицируются, например, по цвету кожи, затем обобщаются в сознании, а затем активизируются в речи для описания всех людей, обладающих этим признаком.

Люди придерживаются стереотипов не только собственных, но и других групп. Ауто-стереотипами называются стереотипы, относящиеся к своей собственной группе, а относящиеся к другим группам – гетеростереотипами. Фактически, часто имеет место значительное совпадение ауто-стереотипов группы с гетеростереотипами, которых придерживаются другие относительно этой группы [Мацумото 2004].

Наличие как дифференцирующего, так и интегрирующего процесса в системе выделения «своего» и «не своего» образа указывает больше не на частотность взаимных контактов, а на наличие в сознании представителей любой общности потребности каждому явлению, вне зависимости от уровня и качества непосредственного взаимодействия с ним, дать определенный «ярлык». Любое новое явление необходимо означить, найти ему место в уже сложившейся картине мира,

включить его в структуру лингвоментального комплекса. Поиск места стереотипа в лингвокультурной картине мира может производиться как путем сравнения со своим, уже означенным, так и от противоположного.

Многие авторы находят безусловное сходство между стереотипами и традициями, мифами, ритуальной символикой, укорененными общественным сознанием обычаями и нравами [Елистратов 1994]. По мнению Ю.Е. Прохорова, стереотипы отличаются от традиций мифов и обычаев своей психологической основой. Традиции и обычаи открыты для других; стереотипы же остаются на уровне скрытых субъективных умонастроений, которые индивид и общество чаще всего от «чужих» намеренно скрывают. Стереотипы обладают подвижной, внутренне мобильной психологической структурой и являются продуктом нормальных психологических процессов, которые естественным и неизбежным образом ведут к их формированию и хранению. Следовательно, чтобы понять, как стереотипы создаются и хранятся, важно обладать базовым пониманием психических процессов, из которых они произрастают. Эти процессы включают в себя избирательное внимание, память, оценку, формирование понятий и категоризацию. Все эти психологические процессы взаимодействуют друг с другом, делая стереотипы неизбежным аспектом психологической жизни. В исследованиях последних лет отмечается, что в механизм формирования стереотипов включаются также многие когнитивные процессы, в том числе каузальная дистрибуция, т.е. объяснение человеком причин своего и чужого поведения. Фактически, будучи общими категориями ментальных понятий, стереотипы являются бесценным подспорьем, помогающим нам организовывать информацию о мире. Нам присущи подобные категориальные представления о множестве объектов в мире, и не будь их, мы бы не смогли следить за миром. В качестве особого типа категории стереотипы важны, помогая нам эффективно взаимодействовать с другими людьми в окружающем нас мире или выступая в качестве препятствия такому взаимодействию. Проблема состоит в том, что стереотипы формируются относительно легко, поскольку наше собственное культурное воспитание, культурные фильтры и этноцентризм порождают в нас ряд ожиданий относительно поведения и черт других людей.

До сегодняшнего дня в обыденном сознании и в средствах массовой коммуникации о стереотипах весьма распространено мнение как об исключительно негативном явлении. По мнению Ю.Е. Прохорова, во многом это связано с тем, что в мировой науке чаще всего изучались негативные стереотипы подвергавшихся дискриминации этнических меньшинств, например в США афроамериканцев, выходцев из Мексики и Пуэрто-Рико. Отсюда и отождествление стереотипов с когнитивным компонентом предубеждений, а процесса стереотипизации – с «безнравственной формой познания» [Прохоров 1996].

В.С. Агеев подчеркивает, что необходимо четкое различие между социальными стереотипами как социальным явлением и стереотипизацией как психологическим процессом [Агеев 1990]. В социальной психологии последних десятилетий стереотипизация стала рассматриваться как рациональная форма познания, как частный случай более универсального процесса категоризации. Стереотипы – почти неизбежное последствие категоризации. Создавая социальные категории, мы фокусируемся на характеристиках, благодаря которым люди, принадлежащие к этой категории, похожи друг на друга и отличаются от других людей [Stefhan 1996]. Однако стереотипизация, по мнению Г. Тажфела, не тождественна категоризации. Мы можем идентифицировать индивида – на основе объективных свойств – как члена категории, но не приписывать ему ни одного стереотипного качества [Tajfil 1981]. Человека могут характеризовать по его профессиональной или этнической принадлежности. Он

учитель, так как преподаёт в школе, или он русский, так как у него русские родители и он живет в России. Но воспринимать его могут нетипичным, «нестереотипным» учителем или русским. Следует учитывать, что стереотипизация есть следствие категоризации социальных объектов, которая отличается от категоризации объектов физического мира воздействием на нее отношений между группами [Tajfil 1981].

Сложное взаимодействие этих внешних факторов с нашими собственными культурными и психологическими процессами делают стереотипы интересными для исследования. Будь то позитивные или негативные стереотипы, они, как правило, ограничены. Причина этого в том, что стереотипы как ментальные категории людей имеют свойство жить собственной жизнью. Вместо того чтобы использовать стереотипы в качестве обобщений, в отношении какой-то группы людей и затем уточнять их на основании интеракций с конкретными индивидами, мы зачастую используем стереотипы как набор жестких допущений, относящихся ко всем людям этой группы, независимо от индивидуальных различий или свидетельств обратного. Данные (т. е. фактически наблюдаемое поведение), которые могут ставить стереотип под сомнение, будут обрабатываться до такой степени, что их можно будет использовать для поддержания стереотипа. Данные, которые нельзя истолковать по-новому в пользу стереотипа, будут просто отброшены как случайности. Стереотипы, используемые таким образом, укореняются все больше и больше, поскольку весь наш опыт служит подкреплению этого стереотипа, независимо от того, верен он или ошибочен [Мацумото 2004].

На основе вышеизложенного можно сделать следующие выводы:

- В литературе достаточно широко рассматриваются термины «стереотип» и «социальный стереотип».
- Возникновение стереотипов имеет ассоциативную, психологическую основу.
- Необходимо различать понятия «социальный стереотип» (социальное явление) и «стереотипизация» (психологический процесс).

Изучение стереотипов может рассматриваться как попытка «войти» в сознание и исследовать те феномены, которые стоят за нашей речевой деятельностью, за нашим коммуникативным поведением и которые обуславливают успешность общения или провоцируют коммуникативные сбои и провалы.

Библиографический список

- Агеев В.С. Межгрупповое воздействие. – М., 1990.
- Апресян Ю.Д. Образ человека по данным языка: попытка системного описания // Вопросы языкознания. – 1995. – № 1.
- Елистратов В.С. Россия как миф (к вопросу о структурно-мифологических типах восприятия России Западом)// Россия и Запад, 1994.
- Мацумото Д. Психология и культура. – СПб.: Прайм-еврознак, 2004.
- Прохоров Ю.Е. Национальные социокультурные стереотипы речевого общения и их роль в обучении русскому языку иностранцев. – М., 1996.
- Самарин Ю.А. Очерки психологии ума. – М., 1962.
- Стукаленко Н.И. Отражение обыденного сознания в образной картине мира. – Киев, 1992.
- Толстая С.М. Стереотип в этнолингвистике – Речевые и ментальные стереотипы. 1995.
- Brislin R. Understanding culture's influence on behavior. Fort Worth, TX: Harcourt Brace Jovanovich.
- Lippman W. Public Opinion. – NY: Harcourt, 1922.

Stefhan W.G. Intercultural Relations // Handbook of Intercultural Training / Ed. By D. Landis and R. Bhagad. Thousand Oaks (Cal) ets.: Sag, 1996.

Tajfil H. Human groups and social categories // Studies in social psychology. – Cambridge: Univ. press, 1981.