

УДК 1: 316.647.8

К ВОПРОСУ О СУЩНОСТИ И ФУНКЦИЯХ СТЕРЕОТИПОВ

И.Е. Лукьященко

Рассмотрены социальные стереотипы как устойчивые оценочные представления людей друг о друге. Искусственно созданные представления играют активную роль в их жизнедеятельности и формировании ментальности.

Ключевые слова: социальный стереотип; культура и образы; социализация; упрощение; историческая актуальность.

TO THE ISSUE OF ESSENCE AND FUNCTIONS OF STEREOTYPES

I.E. Lukyashchenko

The work considers the social stereotype as people's consistent evaluative perceptions of each other. Artificially created perceptions play active role in their activity and formation of mentality.

Keywords: social stereotype; culture and images; socialization; simplification; historical applicability.

Социальный стереотип – это особое общественно значимое образование в сознании и поведении людей. Именно в нем продуцируется как привычный образ, так и отношение к определенной жизненной ситуации. Социальные стереотипы выступают устойчивыми оценочными представлениями людей друг о друге. Они являются универсальным инструментом обработки социально значимой информации и, несмотря на часто негативное к ним отношение, необходимым средством регуляции жизни и деятельности людей в обществе. Изучение их связано с потребностями современной жизни и массовой культуры.

Необходимо сознать тот факт, что привычный, формируемый нашими ограниченными знаниями образ “другого” или “другой культуры”, как правило, не соответствует реальности. Но, как гласит “принцип Томаса”, осознание действительности превращается в саму действительность. Искусственно созданные представления начинают играть активную роль в воспитании, формировании ментальности людей, в их отношениях с другими людьми. Термин “стереотип” можно встретить в различных контекстах. Он трактуется неоднозначно, как стандарт поведения, образ группы или человека, предрассудок, штамп и т. д. В общих чертах под стереотипом понимается устойчивый, очень сильно упрощенный образ социального объекта, группы, человека, явления, складывающийся в условиях дефицита или, напротив, избытка

информации, которую невозможно “переварить”. Как правило, это результат обобщения личного опыта индивида и тех представлений, норм и ценностей, что приняты в определенном обществе.

Содержание стереотипа является коллективным представлением, оно принимается на веру и никем по-настоящему не оспаривается и не подвергается сомнению. Главная причина его устойчивости состоит в том, что ему соответствуют усвоенные еще в детстве нормы, ценности и стратегии выживания, принятые в данной культуре. Именно они сохраняют от развала всякую локальную цивилизацию. Например, России или Киргизстану свойственна собственная историческая логика, которая соответствует именно их стратегии выживания, не известная американской или западноевропейской культуре.

История изучения социальных стереотипов берет свое начало уже в античности. Еще Платон отмечал наличие у любого человека определенных заблуждений, не позволяющих ему понять Идеи и подняться до их истинного и прекрасного мира. Изучение человеческих заблуждений как предрассудков – “идолов” ума – получило продолжение у Ф. Бэкона. Как точно он подметил, и “идолы театра”, и “идолы рынка”, которых никто из нас не может избежать! Р. Декарт попытался создать свою “психологию заблуждений”. Ф. Ницше внес серьезный вклад в понимание предрассудков как специально внушенных людям мнениях о них

самых и ввел свое знаменитое “рессентимент”. У К.Г. Юнга прослеживается определенная близость понятий “архетип” и “стереотип”. В западно-европейской и американской научной литературе существует множество направлений, которые разрабатывают социально-бихевиористские, психологические, феноменологические теории в исследовании стереотипов. Вместе с тем распространена точка зрения, что социальные стереотипы могут быть объединены в общую концептуальную схему. Так, швейцарский ученый В. Дуаз выделил четыре уровня стереотипов: индивидуально-психологические представления человека о своей социальной среде; представления, складывающиеся в ситуации межличностного общения; коллективные представления, формирующиеся в межгрупповых отношениях; идеология, которая складывается под влиянием определенных исторических условий данного общества. Отметим, что именно в западной научной литературе была предпринята попытка четкой классификации функций социальных стереотипов и изучены механизмы их формирования [1].

Специфика исследования стереотипа с позиций социально-философского знания заключается в том, что стереотип выступает инструментом распознавания и передачи общественно значимой информации в процессах взаимодействия людей. На основе философского анализа стереотипов можно объяснить существование восприятия объектов именно под таким углом зрения. Он позволяет увидеть и понять особенности манипулирования сознанием, его омассовление, истоки предубеждений и нетерпимости в отношениях между людьми. Стереотипы свойственны мышлению всех членов общества и всех общественных групп, они пронизывают все формы их поведения и существенно влияют на развитие общества. В общественные науки термин “стереотип” впервые был введен в 20-е годы XX века в США. Именно тогда возникла необходимость в изучении законов функционирования массового сознания.

Основателем концепции стереотипного мышления и поведения стал американский ученый и журналист Уолтер Липпман [2]. Именно он ввел понятие “стереотип” и определил его как упорядоченную, схематичную, детерминированную культурой “картинку” мира в голове человека, которая экономит его усилия при восприятии объектов. Также стереотипы защищают ценности, позиции и права индивида. С тех пор было предложено огромное количество определений социального стереотипа, написано огромное количество трудов, а само понятие прочно вошло в наш язык и обиход. В зависимости от научных интересов авторов

на первый план выдвигались те или иные аспекты этого явления. Но в целом социальные стереотипы можно подразделить на стереотипы поведения и стереотипы сознания, мышления. Стереотипы поведения – это устойчивые, повторяющиеся формы поведения определенной группы и принадлежности к ней индивидов, связанных едиными ценностями, нормами, системой представлений. Эта система фиксируется в стереотипах сознания, схемах и категориях мышления. Стереотипы сознания и мышления создают, в свою очередь, определенные модели поведения, а стереотипы поведения внедряют эти модели в человеческую деятельность, вновь обуславливая мышление.

Стереотипизация позволяет быстро и достаточно надежно упрощать социальное окружение человека, делать его понятным и прогнозируемым, как бы “раскладывать по полочкам”. Этот процесс включает в себя такое явление, как категоризация, то есть подведение под общие понятия, категории огромного вала информации и многообразия окружающего мира. Категоризация огромной массы социальной информации, обрушивающейся на человека, является когнитивной основой стереотипизации. Составными элементами механизма формирования стереотипов являются и другие когнитивные процессы. Так, по мнению Д. Мацумото, стереотипы базируются на таких психологических процессах, как избирательное внимание, оценка, формирование понятий и категорий, атрибуция, схематизация, эмоции и память. Но именно категоризация является одним из основных механизмов формирования устойчивых представлений, предубеждений и предрассудков.

В своей повседневной жизни мы сталкиваемся с огромным объемом информации. Каким образом мы можем все это обработать, запомнить и сделать приемлемым и полезным для себя? На первый взгляд, это представляется невозможным. Но человеческому мышлению свойственны две тенденции – к упрощению и конкретизации. В результате мы формируем категории, посредством которых можно достаточно просто представлять предметы, события, ситуации, места и людей в их взаимосвязи. Теперь наше сознание может с ними оперировать и работать. “Мы формируем понятия с тем, чтобы можно было оценивать информацию, принимать решения и действовать соответствующим образом. ...Мы пользуемся этими общими свойствами, которые помогают нам при классификации или категоризации – процессе, посредством которого понятия группируются вместе” [3, с. 82]. В большинстве случаев категоризация осуществляется автоматически и не требует нашего внимания или активности. Она просто дает нам возмож-

ность отнесения различных объектов к определенным категориям и служит человеку прекрасным руководством к действию. Но категоризация, наряду с положительными моментами, включает и моменты отрицательные, так как в подобном процессе мы не можем схватывать особенностей и своеобразия воспринимаемых объектов. Таким образом, мы создаем в своем сознании реальную основу для последующего упрощенного, а значит, стереотипного представления об объекте.

В основе формирования сознания и культуры человека с необходимостью лежат приобретаемые в процессе социализации социальные стереотипы. Они усваиваются с того момента, как только он начинает идентифицировать себя с конкретным обществом, культурой и определенной социальной группой. В этом процессе идентификации стереотипы выполняют интегрирующую функцию. Идентификация выступает в качестве одного из условий познания, понимания или непонимания одним человеком другого. Социальная идентичность – это часть “Я-концепции”, один из элементов структуры личности. Можно также говорить об идентификации человека с социальной общностью. Такие исследователи, как А. Тэджфел, Дж. Тернер, Э. Эриксон, С. Московичи [4], рассматривают социальную идентичность как один из уровней самокатегоризации. Это некая “вывеска”, ярлык, который человек навешивает на себя.

Социальная идентичность неизбежно связана с определенной социальной группой, принадлежность к которой имеет значимость и ценность для человека. Это может быть гендерная, этническая, профессиональная, национальная и другие виды идентичности. Согласно Э. Эриксону, последствием смены или разрушения устоявшихся представлений, ценностей и норм, разрушения существующих стереотипов будет являться конфликт идентичности у индивидуума, проблемы самоопределения, так как идентичность – это тождественность человека самому себе. При этом идентичность мыслится не только как персональная, но и как групповая, национальная, расовая, общественная. «Понятие идентичности обозначает твердо усвоенный и личностно принимаемый образ себя во всем богатстве отношений личности к окружающему миру, чувство адекватности и стабильного владения личностью собственным “я” независимо от изменений “я” и ситуации; способность личности к полноценному решению задач, возникающих перед ней на каждом этапе ее развития» [5, с. 105].

Эриксон ввел в научный оборот интересный термин – “историческая актуальность”, обозначающий способность личности к максимальному

участию в социокультурных процессах, высокую степень самореализации, осознание себя творческой единицей. Но любая личность подвержена кризисам, после которых развитие идет в ту или иную сторону, используя имеющиеся у нее возможности, потенциал. Это своеобразная личностная “точка бифуркации” означает внутренний конфликт, потерю ощущения тождества с самим собой, утрату контроля, разрушение “Я-концепции”. Человек обязательно будет искать пути выхода из кризиса и обретения себя и своей идентичности, заново формировать, “ремонтировать” свою личность. В зависимости от того, какая у человека идентичность, можно прогнозировать его поведение, предполагать принимаемые и отвергаемые им ценности, нормы, интересы и идеалы.

Поскольку социальная идентичность – это осознание своей принадлежности к определенной социальной группе, то, следовательно, она подразумевает принятие значимых именно для данной группы ценностей, форм поведения, норм, а значит, и стереотипов. Принятие ценностей и норм своей социальной группы неминуемо ведет к разделению всего в мире на “свое” и чужое”, то есть речь идет о такой функции стереотипов, как дифференцирующая. Формируются базовые установки: “мы” и “они”, “плохие” и “хорошие”, “знакомые” и “незнакомые”. “Свой”, как правило, воспринимается с положительными эмоциями, им отдается предпочтение перед “чужими”. Под понятием “свой” объединяются предметы и явления самого разного рода: именно этот цвет кожи, разрез глаз, язык, темперамент, темп речи, ритуалы, традиции, манера общения и многое другое. Образ “чужого”, не обладающего этими признаками, будет способствовать консолидации внутри своей социокультурной группы, еще более сплавивая ее.

Американский антрополог Ф.К. Бок ввел в научный оборот категорию “культурная форма”. Под ней Ф. Бок понимал набор взаимосвязанных ожиданий, пониманий, верований и соглашений, разделяемых членами социальной группы. “Когда ты в своей группе, среди людей, с которыми разделяешь общую культуру, тебе не приходится обдумывать и проектировать свои слова и поступки, ибо все вы – и ты, и они – видите мир в принципе одинаково, знаете, чего ожидать друг от друга. Но пребывая в чужом обществе, ты будешь испытывать трудности, ощущение беспомощности и дезориентированности, что можно назвать культурным шоком” [6, с. 395]. Отметим, чем сложнее организована личность, тем более тонкие различия она способна проводить, сравнивать и анализировать. Но даже такая личность бессильна перед стереотипами! Таким образом, дифференцирующая функ-

ция стереотипного мышления фиксирует лишь деление на “свое” и “чужое”, упрощая многообразие и богатство мира.

Отсюда вытекает еще одна из основных функций стереотипов – функция упрощения, или редуцирующая, сводящая действительное жизненное богатство и разнообразие к простой схеме взаимосвязанных определений. Не будем забывать, что задача стереотипа – дать простую и понятную любому “картинку” на понятном языке. Так, например, «Французы считают англичан мелочными, невоспитанными, довольно нелепыми и совершенно не умеющими одеваться людьми ... Англичан во Франции также считают “вероломными”» [7, с. 7]. В этническом стереотипе китайца выделяется признак “привязанность к семье”, а у американцев такая степень привязанности к семье вызывает недоумение и даже насмешку. Также вызывает улыбку стереотип русского с балалайкой, матрешкой и медведем. Увидеть подобное можно только на картинке. Тем не менее он живуч, нравится это нам или нет! К сожалению, редуцирующая функция стереотипа способствует формированию непонимания, пренебрежения, предубеждений к другим людям и культуре и затрудняет позитивное общение.

Также отметим адаптирующую функцию стереотипов. Эта функция выполняется, в частности, за счет избирательности восприятия информации. “Иногда сознательно, иногда не осознавая этого, мы позволяем оказать на себя влияние только тем фактам, которые соответствуют нашей философии. Мы не видим того, на что наши глаза не хотят обращать внимание” [1, с. 54]. Думаем, что с этим можно согласиться полностью.

Наиболее интересный вопрос функционирования стереотипов заключается в изучении того, как проявляют себя массовые представления на уровне индивидуального сознания. Каким образом они формируют ценностные ориентации и идеалы личности? Аксиологическая природа стереотипов означает выработку в рамках одной культуры своей ценностно-иерархической системы, своего собственного типа нравственного сознания, поведения и своих оценочных структур. В культуре стереотипизируются только те ценности, которые способны выступать общими ориентирами для всех ее носителей, влиять на формирование культурного облика и индивидуального стиля жизни, чтобы организовывать социальную группу в единое целое. Для обеспечения своей целостности и самоидентификации всякая социальная группа и отдельный индивид начинают осознавать свою

идентичность посредством отграничения себя от других через закрепление различий в образцах поведения, иногда даже враждебного по отношению к чужакам. Это означает, что каждая социальная группа – конфессиональная, этническая, профессиональная или половозрастная – имеет особые нормы и программы поведения, направленные на подавление, нейтрализацию и сдерживание роста вариативности поведения людей внутри нее.

В стереотипах в упрощенном и “спрессованном” виде хранится информация о любом распознаваемом, в том числе чужеродном объекте, а также уже заложена определенная модель поведения по отношению к нему. Человек определяет себя в терминах подобия или отличия от другого человека. Различия между людьми, социальными группами и целыми народами служат для них границей, где обоюдно начинается чужой внешний мир – “они”. Очень часто эти различия могут быть придуманными и воображаемыми. Проблема возникает тогда, когда эти действительные или воображаемые различия превращаются во враждебную психологическую установку. При этом неприязнь обладает большой устойчивостью и очень плохо поддается изменению под влиянием рациональных аргументов. Сложное взаимодействие внешних факторов с нашими собственными культурными и психологическими процессами делают многообразие стереотипов, их устойчивость и функционирование в обществе очень интересными для исследования.

Литература

1. Шихирев П.Н. Современная социальная психология / П.Н. Шихирев. М.: ИПРАН, 2000.
2. Липпман У. Общественное мнение / У. Липпман; пер. с англ. Т.В. Баргунова; под ред. К.В. Петренко. М.: Институт фонда “Общественное мнение”, 2004.
3. Мацумото Д. Психология и культура / Д. Мацумото. СПб., 2002.
4. Московичи С. Век толп. Исторический трактат по психологии масс / С. Московичи. М.: Академ. проект, 2011.
5. Эриксон Э.Г. Детство и общество / Э.Г. Эриксон; пер. с англ. и науч. ред. А.А. Алексеева. СПб.: Летний сад, 2000.
6. Бок Ф.К. Структура общества и структура языка / Ф.К. Бок // Новое в лингвистике. Вып. VII. Социоллингвистика. М., 1975. С. 382–396.
7. Япп Н. Эти странные французы / Н. Япп, М. Сирретт. М., 1999.