

В ПОМОЩЬ СЛУШАТЕЛЯМ УНИВЕРСИТЕТОВ МАРКСИЗМА-ЛЕНИНИЗМА

СОЦИАЛЬНЫЕ ЭТАЛОНЫ КАК СТАБИЛИЗИРУЮЩИЕ ФАКТОРЫ «СОЦИАЛЬНОЙ ПСИХИКИ»

Я. Л. КОЛОМИНСКИЙ

(Минск)

I

В повседневной жизни мы постоянно сталкиваемся с явлениями, которые, будучи фактами поведения отдельных людей, в то же время не могут быть поняты только из анализа психологии единичного человека. Мы читаем «коллектив охвачен трудовым энтузиазмом», или «стадион возмущенно загудел», или «зрители в едином порыве вскочили со своих мест» и т. д. Психологический анализ подобных явлений сразу же выдвигает целый ряд сложных проблем. Какова природа этих общих психологических проявлений? Как охватывают они многих людей? Как меняют психику каждого отдельного человека?

При этом сейчас мы перечислили явления, которые возникают при непосредственном взаимодействии людей. Но каждый из нас ежедневно испытывает на себе и наблюдает в поведении других столь же могучее опосредствованное влияние другого человека. Оно проявляется и в большом и в малом. Молодая девушка не соглашается надевать платье, которому еще так недавно радовалась. Основание — «такие уже не носят». Юноша, который совсем недавно ополчался против «бородачей», сам вернулся из отпуска с густой растительностью на лице. Все это опять-таки нуждается в социально-психологическом объяснении. Почему сейчас на улицах городов и аллеях парков некоторые парни и девушки не «стесняются» ходить обнявшись, а еще совсем недавно это было совершенно невозможно? Почему у разных народов существуют разные обычаи, разные символические жесты, разная мимика для выражения одних и тех же чувств? Почему, например, болгарин в знак согласия «отрицательно» (с нашей точки зрения!) качает головой, а в знак отрицания «согласно» кивает? Откуда берется эта «наша» точка зрения?

Только один перечень вопросов, входящих в компетенцию социальной психологии массовых явлений, может занять много места. Поэтому есть смысл, не пытаясь «объять» необъятную область «социальной психики»², попытаться описать общие психологические механизмы возникновения и функционирования некоторых из них.

¹ Материал к теме «Массовые общественно-психологические явления».

² «Социальный стереотип — схематический стандартизированный образ или представление о социальном объекте, обычно эмоционально окрашенные и обладающие высокой устойчивостью» [24; 134]. Социальные стереотипы могут играть роль эталонов (образцов) восприятия, отношения и поведения человека и могут служить материалом для изучения некоторых социально-психологических особенностей людей прошедших времен. Соотношение здесь примерно такое же как между живыми языками, которые в форме речи служат средством общения между современными людьми, и между языками мертвыми, существующими в виде письменных памятников.

II

Социально-психологические явления, которые называют массовыми, выступают в двух основных видах: 1) как непосредственный процесс межличностного взаимодействия и 2) как сумма формализованных и неформализованных правил, обычаев, стереотипов и эталонов поведения, отношения и т. д. При этом второй вид массовых явлений как социально-психологическая категория осуществляется при непосредственном «употреблении» социальных установлений конкретными людьми. Традиция, обычай, мода и т. д. выступают как социально-психологические явления только тогда, когда кто-то эти традиции и обычаи соблюдает, а моде следует. В противном случае они представляют лишь исторический интерес.

Явления, круг которых мы очертили выше, принято относить к компетенции науки социальной психологии. Для различения названий науки и объекта ее исследования некоторые авторы предлагают ввести термин «социальная психика». При этом дается, например, такое определение данного термина: «социальная психика — это мысли, взгляды, представления, чувства, эмоции, настроения, желания, мнения, воля и готовность к определенным действиям и другие психические явления, процессы и состояния, присущие большим группам людей, классам, нациям, обществу в целом» [20; 20].

Не затрагивая здесь самого содержания данного понятия, мы хотим отметить лишь правомерность и даже необходимость использования термина «социальная психика».

Говоря о массовых социально-психологических явлениях, следует иметь в виду еще одно важное обстоятельство, которое касается способа их возникновения и существования. Когда мы говорим о каком-то проявлении массовой психологии, например, общественном настроении [13], общественном мнении [5], панике [16] и т. п., это вовсе не означает, что речь идет о каких-то наиндивидуальных или внеиндивидуальных психических состояниях. Явления массовой психологии или «социальной психики», как и все остальные психические явления, могут существовать, существуют лишь как субъективные переживания отдельных людей. «Массовыми» их делает, во-первых, то, что они появляются в процессе общения людей между собой; во-вторых, то, что они одновременно охватывают многих. И то и другое в значительной степени обуславливает своеобразие социально-психологических явлений.

Возникнув в результате межличностного общения, массовые социально-психологические явления закрепляются в виде уже отмеченных выше разного рода стереотипов, эталонов, обычаев, традиций и исполняют важные общественные функции. Проявляясь в многочисленных актах непосредственного общения, в живом потоке человеческих коммуникаций, они регулируют общение, придают ему исторически обусловленную определенность.

Известно, что человек проявляет себя как субъект познания, деятельности и общения. Если «продукты» познания объективируются в виде систематизированного теоретического научного знания, а результаты деятельности — в конечном итоге — в предметах материальной культуры, то многовековой опыт общения кристаллизуется и сохраняется в форме социально-психологических эталонов, стандартов и стереотипов. Поэтому эти эталоны и стереотипы сами имеют сложную внутреннюю структуру, в которой особенно четко выступают три основных элемента или компонента.

Во-первых, когнитивный, рациональный интеллектуальный компонент. Он может быть развернут, актуализирован в виде ряда оценочных суждений. Например, в случае так называемых этнических стереотипов, в которых выражается отношение к людям, принадлежащим к той или иной этнической группе или национальности, эти суждения могут касаться внешности,

привычек, особенностей характера и т. д. Так, когда в одном проведенном в США исследовании (Катц и Брейли, 1932) 100 студентов должны были охарактеризовать представителей различных национальностей, наиболее распространенными оказались следующие суждения: англичане — «спортивные, интеллигентные, чопорные» и т. д., итальянцы — «артистичные, импульсивные, страстные» и т. д. [26; 174]¹.

Второй составной частью эталона или стереотипа является его образный компонент, который существует в сознании в виде наглядного представления той или иной степени обобщенности. Так, можно представить себе «типичного» англичанина или «типичного» итальянца.

Третий компонент эталона или стереотипа эмоциональный. Он актуализируется в форме определенного чувства, которое вызывает к себе явление, обобщенное в эталоне, и проявляется в тех или иных установках и отношениях к объекту.

Все три компонента — рациональный, образный и эмоциональный — неразрывно связаны между собой и, так сказать, взаимно усиливаются в результате внутреннего взаимодействия. Суждения могут вызвать и определенное наглядное представление и эмоциональное отношение; наглядное представление (например, вызванное карикатурным изображением) может способствовать возникновению тех или иных суждений и чувств, а чувства порождают тенденцию высказывать положительные или отрицательные суждения и вызывать так или иначе окрашенные наглядные образы. Вместе с тем, перечисленные компоненты эталонов и стереотипов «представлены» в каждом из них неравномерно. В том или ином конкретном случае их иерархия может быть различной. Любой из компонентов способен выдвигаться на первый план и стать доминирующим. Это зависит от целого ряда факторов, наиболее существенными из которых является: возраст человека (у детей преобладают образные и эмоциональные компоненты); уровень интеллектуального развития человека; степень его информированности об объекте, относительно которого возникает стереотип; способ приобретения стереотипа (понаслышке, в результате серьезного изучения и т. д.), индивидуальный опыт предшествующих «встреч» с объектом.

При этом у одного и того же человека могут «сосуществовать» в сознании эталоны и стереотипы совершенно различные по своей психологической структуре. Социально-психологические эталоны и стереотипы играют в процессе общения роль, сравнимую с той ролью, которую исполняют в мыслительной деятельности алгоритмы и алгоритмические предписания. На эту функцию социальных стереотипов в установлении отношения к окружающему обращает внимание В. Ядов: «В основе социальных стереотипов находится реальный психологический феномен, представляющий один из компонентов установки восприятия, которая аккумулирует предшествующий опыт индивида в своеобразный алгоритм отношения к соответствующему объекту [24; 134].

Под алгоритмом обычно понимают «точное общепонятное предписание о выполнении в определенной (в каждом конкретном случае) последовательности элементарных операций (из некоторой системы таких операций) для решения любой из задач, принадлежащих к некоторому классу (или типу)» [10; 41].

Конечно, общение людей слишком сложное явление, чтобы подчиняться алгоритмам в строгом значении этого слова. И тем не менее мы подчиняемся (сознательно и неосознанно) огромному числу разного рода правил поведения, норм морали, эталонов и стереотипов, которые властно предписывают «выполнение определенных операций». Но «если в ответ на указания, со-

¹ Мы в данном случае не касаемся вопроса об истинности или ложности этих суждений.

держатся в предписании, система (например, человек или группа людей) единообразно и правильно (в случае общения: в соответствии с принятыми в данной социальной группе нормами, эталонами и стереотипами — Я. К.) производит соответствующие операции, то... данные операции (в нашем случае, акты общения между людьми — Я. К.) являются для данной системы действительно элементарными и предписание является алгоритмическим» [10; 61].

Вполне, например, можно рассматривать предписания из «свода правил» Вронского как алгоритмические, а его поведение по этим правилам как «алгоритмический процесс». Собственно говоря, в качестве таковых они и представлены Львом Толстым. «Жизнь Вронского, — читаем мы в «Анне Карениной», — тем была особенно счастлива, что у него был свод правил, несомненно определяющих все, что *должно* и *не должно* делать (курсив мой — Я. К.). Свод этих правил обнимает очень малый круг условий, но зато правила были несомненны, и Вронский, никогда не выходя из этого круга, никогда ни на минуту не колебался в исполнении того, что должно. Правила эти несомненно определяли, что нужно заплатить шулеру, а портному не нужно, — что лгать не надо мужчинам, но женщинам можно, — что обманывать нельзя никого, но мужа можно, что нельзя прощать оскорблений и можно оскорблять и т. д. Все эти правила могли быть неразумны, нехороши, но они были несомненны, и, исполняя их, Вронский чувствовал, что он спокоен и может высоко носить голову» [21; 337].

В своем отношении к окружающим людям Вронский также руководствуется определенными стереотипами, эталонами, которые используются как стандартизированная шкала ценностей. «В его петербургском мире все люди разделялись на два совершенно противоположных сорта. Один низший сорт: пошлые, глупые и, главное, смешные люди, которые веруют в то, что одному мужу надо жить с одной женой, с которою он обвенчан, что девушке надо быть невинною, женщине стыдливою, мужчине мужественным, выдержанным и твердым, что надо воспитывать детей, зарабатывать свой хлеб, платить долги, — и разные тому подобные глупости. Это был сорт людей старомодных и смешных. Но был другой сорт людей, настоящих, к которому они все принадлежали, в котором надо быть, главное, элегантным, красивым, великодушным, смелым, веселым, отдаваться всякой страсти не краснея и над всем остальным смеяться» [21; 130].

Различие социально-психологических образований, описанных в первом и втором отрывках, состоит в том, что в первом предписываются преимущественно правила поведения, а во втором — эталоны, определяющие отношения к окружающим людям. Таким образом, можно говорить об эталонах, стандартах и стереотипах, играющих роль алгоритмов «внутреннего» поведения и вызывающих отношения, установки, позиции личности; и алгоритмах, предписывающих определенное внешнее поведение: манеры, форму одежды, поступки, экспрессию и т. д.

Конечно, внешнее и внутреннее поведение в реальных актах общения неразрывны друг от друга, но существенные различия здесь явно улавливаются. Например, мода, которая по преимуществу представляет собой алгоритм внешнего поведения, в то же время существенно влияет и на формирование внутреннего мира человека. «Люди, придерживающиеся той или иной моды, — замечает Б. Ф. Поршнев, — могут и не принадлежать к какой-либо социологической общности. Но они и не составляют чисто статистической общности, потому что приобщаются к моде не независимо друг от друга по каким-то одинаковым причинам, а перенимают ее при непосредственном контакте друг с другом. Говорят, что они заражают друг друга. Несомненно, что мода действительно является взаимным подражанием. Однако к области настроения, т. е. социальной психологии, относятся не сами по себе какие-либо модные вещи или действия, а «модность». Тут

важна для психолога не столько позитивная сторона, сколько негативная. Человека увлекает не красота или полезность нового, а отличие от людей «немодных», сама частая смена модных вещей отличает человека от тех, кто этого не делает. Таким образом, носители «модного» образуют некую в высшей степени аморфную, зыбкую социально-психологическую общность» [14; 87—88].

В условиях буржуазной действительности, где реклама и средства массовой информации навязывают обществу на первый взгляд лишь определенный образ внешнего поведения, в то же время незаметно для потребителя в его сознание внедряются и соответствующие нормы оценок и отношений. При этом стабилизация доводится до абсурда, до полной потери внутренней и внешней самостоятельности. Прогрессивные зарубежные писатели очень выразительно рисуют этот процесс обезличивания личности при капитализме. Альберто Моравия в рассказе «Все как на рекламе» вкладывает в уста одного из персонажей следующее характерное высказывание: «Кто тебе сказал, что мы имитируем только промышленную рекламу?... Мы не просто имитируем рекламные картинки, мы идем на поводу у тех, кто изготовляет для нас товары, приспосабливаемся к их мировоззрению...» [12; 129].

Это открытие производит на женщину ошеломляющее впечатление: «Не знаю, что со мной стряслось. Я, по-моему, даже осунулась, как-то вдруг съежилась, оцепенела — настолько меня это покорило, — словно кто-то непрощенный вторгся в дом и грубо нарушил наше уединение... Так впервые ворвалась в мое сознание мысль о том, что жизнь моя, что бы я ни делала, всегда будет копией с кого-то другого» [12; 128].

Финал рассказа в гротескной форме подчеркивает иллюзорность попытки героини как-то вырваться из заколдованного круга общества потребителей. Она говорит мужу: «Я пока придумала только один выход. — Какой? — Сам знаешь какой: гипнотические средства, успокоительные таблетки, препараты от бессонницы. Чтобы спать, спать, спать... — Ты говоришь: «спать»? А ну-ка а подними голову, взгляни туда, выше, выше, вон на тот щит с рекламой спотворного! Это же ты, ты лежишь в своей уютной постели, укрывшись одеялом! Ты лежишь и спишь, ты, ты ты! [12; 130].

Для того, чтобы те или иные социально-психологические эталоны, стандарты, стереотипы могли управлять поведением человека, ему необходимо в момент «встречи» с конкретным случаем — жизненной ситуацией, человеком и т. д., — определить, какому именно эталону, стереотипу или стандарту соответствует данный человек или ситуация. Процессом такого сличения управляет особый алгоритм распознавания. Трудности, которые встречает человек, попавший в незнакомую обстановку, очутившийся среди незнакомых людей, вызывающие ощущение психологического дискомфорта (почувствовал себя «не в своей тарелке»), объясняется либо тем, что человек в новой ситуации продолжает действовать по старому алгоритму (в «чужом монастыре со своим уставом»), либо тем, что «не сработал» алгоритм распознавания (ситуация Иванушки-дурачка, который при виде похоронной процессии восклицает: «носить вам — не переносить, таскать вам — не перетаскать»).

III

Какова роль описанных социально-психологических феноменов? Ее можно рассмотреть в трех основных аспектах — социально-историческом, социально-психологическом и личностно-психологическом.

В социально-историческом плане эталоны, стереотипы и стандарты поведения и отношений играют стабилизирующую роль. Во-первых, они обеспечивают сохранение достигнутого уровня социально-психологической

культуры; тем самым они, во-вторых, обеспечивают преемственность и дальнейшее развитие этой культуры¹.

В социально-психологическом плане они выступают, как регуляторы процесса межличностного общения, благодаря которым достигается взаимопонимание и согласование поведения.

Велика роль социально-психологических эталонов, стереотипов и «стандартов» в личностно-психологическом или собственно-психологическом плане. Можно предположить, что описанные социально-психологические феномены обеспечивают воспроизведение исторически определенного типа личности через формирование ее основных, структурных элементов — системы ведущих мотивов поведения (направленности) и способов поведения, в которых эти мотивы и стремления реализуются. На самом деле, мы видели, что для каждого из указанных элементов имеется специальный алгоритм (мы их условно назвали алгоритмами внутреннего и внешнего поведения). Первоначально эти алгоритмы выступают как внешняя по отношению к человеку сила, заставляя его действовать в определенном направлении и определенным образом. Постепенно то, что сначала переживалось как внешнее, переходит во внутренний план — требования общества к личности становятся требованиями личности к самой себе, входят в ее внутреннюю структуру. Человек, как указывает Л. И. Божович, «усваивает то отношение к своему поведению, которое есть в окружающей среде (а здесь оно существует в виде моральных норм, эталонов, стандартов и стереотипов, — Я. К.), потому что проявление этого отношения создает у него переживание «уравновешенности» со средой, что составляет необходимое условие его эмоционального благополучия»² [2; 107].

Сформировавшиеся социально-психологические эталоны, стандарты и стереотипы играют огромную роль и в поведении личности. Они облегчают, упрощают отношения, общение и поведение подобно тому, как алгоритмы мыслительной деятельности облегчают процессы решения разного рода мыслительных задач. «Биологически и социально нецелесообразно выработать на каждый отдельный предмет, процесс, явление, воздействие и т. п. (а мы добавим: на каждого отдельного человека, ситуацию общения или общественное явление — Я. К.) особую форму поведения. Гораздо целесообразнее выработать формы поведения применительно к предметам как представителям целых классов предметов (в нашем случае, как представителям, включенным в тот или иной социально-психологический стереотип и т. д. — Я. К.). Только в этом случае появляется возможность переносить поведение (и отношение — Я. К.) с одного предмета на другой, не проходя каждый раз специальной стадии обучения и не вырабатывая по отношению к каждому новому индивидуальному предмету специальную форму поведения» [10; 110—111].

Если алгоритмы мыслительной деятельности «экономят» мышление человека, то алгоритмы общения «экономят» личность, облегчая, а порою и автоматизируя ее важнейшую функцию — функцию выбора³.

¹ Эту стабилизирующую функцию социально-психологических феноменов очень выразительно подчеркнул Б. Ф. Поршнев в иной связи: «Традиции, обычаи, культ, ритуал, всякое заучивание правил, жестов, церемоний, стереотипов выражения эмоций — все это в истории народов земли было весьма действенным средством истребить самовольство и самоуправство, т. е. задушить в зародыше негативизм поведения. Жизнь общества пронизана этой репродукцией, в которую новация включается лишь в строго ограниченной мере, допускаемой нормой репродукции» [15; 24].

² Пока Вронский был в состоянии руководствоваться своим «сводом правил», жизнь его была «особенно счастлива», он «чувствовал, что он спокоен и может высоко носить голову».

³ См. Б. Ф. Поршнев «Функция выбора — основа личности». Характерные высказывания о значении выбора имеются и у других авторов. «Необходимость сделать выбор — возможно самая характерная черта сознательной человеческой жизни; в этом ее величайшее преимущество и тягчайшее бремя» [5а; 18].

«Свод правил» избавляет Вронского от необходимости всякий раз заново решать, как вести себя по отношению к тому или иному шулеру или портному. Ему не надо всегда заново вырабатывать отношения к людям «высшего и низшего сорта» — достаточно «опознать» в конкретном человеке представителя определенного сорта, как «срабатывает» имеющийся стереотип отношения¹.

«Бремя» выбора здесь облегчается прежде всего потому, что при наличии социально-психологических эталонов, стандартов и стереотипов действует принцип субъективной равнозначимости, сущность которого заключается в том, что объективно различные предметы (в данном случае люди и отдельные акты общения) выступают для субъекта как равноценные [17; 85], [8; 76—80]. Так для Вронского в определенной ситуации все шулера или портные, каждый из которых объективно представляет собой индивидуальность, «на одно лицо». Точно так же, если у человека имеется этнический стереотип англичанина или итальянца, он склонен всем англичанам или итальянцам приписывать те или иные особенности, оценивать их не как отдельных людей, а как носителей стереотипного набора качеств. Отсюда и отношение по принципу: «все они такие» со всеми вытекающими отсюда последствиями.

Существование социально-психологических алгоритмов, конечно, не предопределяет поведение и отношение человека к другим людям однозначно. Поэтому даже зная, какие именно алгоритмы усвоены человеком, его поведение и отношения можно предсказать лишь вероятности. Но это уже не абсолютная вероятность, когда можно предположить любую реакцию, а вероятностность, ограниченная действием принципа равнозначимости. Мы не знаем, в каких конкретно формах будет проявляться отношение Вронского к людям «низшего сорта», но мы можем предположить, что это будет какое-то проявление отрицательного отношения. Связь между равнозначимостью и выбором определенного отношения или поведения можно выразить так: объекты, включенные в данный эталон, или стереотип личности, выступают для нее как равнозначимые, и отношение (или поведение по отношению) к ним равновероятно.

Именно из этих анонимных мнений, взглядов, традиций, стереотипов, эталонов соткана живая ткань сознания каждого отдельного человека. Вернее, они составляют ту неизбежную основу, на которую систематическое образование наносит правильные орнаменты научного знания. В более общем виде соотношение между этими компонентами сознания человека выступает как соотношение между обыденным сознанием и идеологией, как совокупностью систематизированных теоретических знаний.

IV

Рассмотрим, как появляются и проявляются в сознании, отношениях и поведении людей социально-психологические феномены, о которых мы говорили. При этом в нашу задачу не будет входить анализ их исторического происхождения.

Как указывает Б. Г. Ананьев, «... поскольку в каждой из социальных систем и групп имеются собственные предписания, санкции и подкрепления (виды материальной и моральной стимуляции), то они предъявляют стереотипные требования к личности независимо от ее индивидуально-типических особенностей. Эти требования в виде «ролевого ожидания» определяют по-

¹ Для упрощения такого узнавания, опознавания уже на очень ранних стадиях исторического развития люди стали использовать специальные внешние знаки, атрибуты и ритуалы. В наши дни татуировку и раскраску тела заменяют разного рода значки, форма, детали одежды, особые обороты речи и т. д., но их социально-психологические функции фактически не изменились.

ведение человека в данной социальной системе в форме выполнения заданных социальных функций «ролей» [1; 296—297].

Исторически и этнически определившаяся группа «задает» человеку не только систему нравственно-эстетических эталонов, но и весьма подробно регламентированные образцы повседневного поведения и стереотипы общения. Даже такие проявления человеческого поведения, как внешнее выражение чувств, экспрессия, различные значимые жесты, которые кажутся природными и прирожденными, имеют четкую определенность.

В некоторых частях Африки, например, смех — это показатель изумления и даже замешательства, а не обязательно признак веселья. В некоторых странах Азии от гостя ждут отрывки после еды в знак того, что он вполне удовлетворен. «Тот же самый жест, — замечает американский психолог Т. Шибутани, — в американском доме вряд ли повлечет за собой повторное приглашение в гости» [23; 130]. Китайцы привыкли выражать свое неудовольствие, широко раскрывая глаза, и порой не могут понять, почему это европейцы постоянно сердиты. «В нашем обществе плюнуть на кого-то — это символ презрения; у представителей же племени масаи это выражение любви и благословения, а у американских индейцев плевков на пациента рассматривается как знак благоволения доктора» [23; 131].

Путешественник и этнограф Гарри Райт так описывает свою встречу с индейцем-знахарем по имени Чоро: «Когда я встретил его впервые, он зажал рукой нос. Я считал бы это оскорблением, если бы не был так удивлен. Позже Чоро объяснил мне, в чем дело. Среди племен чаванта, а он был членом одного из них, существует обычай затыкать нос при приближении белого человека, чтобы злой дух, сопутствующий белому, не вошел через нос в тело индейца. Так что этот жест выражает не столько презрение, как это поняли бы в цивилизованном обществе, сколько страх перед злым духом белого человека, от которого у индейца нет защиты» [18; 65].

Эталоны и стереотипы внешнего выражения чувств отличаются между собой не только в разных культурах, но и в пределах одной культуры в разные исторические эпохи. С. Н. Давиденков обратил внимание на то, что в средневековом французском эпосе «Песнь о Роланде» храбрые бароны и все французские воины на каждом шагу плачут и падают в обмороки... и даже сам Карл Великий, вернувшийся в Аахен после испанской войны и получивший от архангела Гавриила приказ начать новую войну, начинает от горя плакать и рвать свою седую бороду [6; 40—41].

Наблюдения показывают, что даже относительно тембра голоса существуют неявные, но весьма действенные стереотипы. «В условиях старой русской деревни женщина в горе голосила высоким голосом (он был принят при пении), т. е. горе получало определенное социально принятое внешнее выражение» [25; 104]. С похожими стереотипами сталкиваемся мы и в наши дни. Так, в США низкий голос считается признаком мужественности и уверенности в себе. И вот миллионы американцев искусственно «понижают» свой голос в ущерб здоровью.

Появившись на свет, ребенок застает выработанные веками обычаи, способности поведения, взгляды, закрепленные в родном языке. Воспитание или, как иногда говорят, «социализация» как раз и заключается в том, что подрастающий человек осваивает, присваивает сложный мир взрослых, в котором он очутился. Ребенок овладевает опытом взрослых буквально с первых месяцев своей жизни. Сначала это бессознательное приспособление, которое осуществляется путем непосредственного подражания, затем более или менее сознательное овладение в процессе систематического обучения. Впрочем, это не столько два этапа, которые сменяют друг друга, сколько два способа, которые всегда сосуществуют в процессе познания человеком окружающего мира. С возрастом изменяется лишь их роль и удельный вес впитываемой посредством каждого из них информации.

В процессе живого общения с ребенком взрослые даже независимо от своей воли передают ему свои взгляды на окружающий мир, свои предрассудки, свои преубеждения, свои моральные понятия и представления. Иными словами, взрослые сознательно и неосознанно обучают детей и «внешним» и «внутренним» алгоритмам общения. Уже с первых дней своей жизни ребенок усваивает и принятые в его среде стереотипы экспрессивного поведения. Буквально учится «изображать» грусть, радость и другие эмоции.

В нормальных условиях такое усвоение происходит в форме бессознательного подражания (хотя и в этом случае иногда применяется сознательная коррекция: «не хохочи слишком громко — это неприлично»). Если же такое подражание становится по каким-то причинам невозможным, на первый план выступает прямое обучение. П. М. Якобсон отмечает, что в клинике для слепых и глухих проф. И. А. Соколянского проводилась специальная работа со слепорожденными для овладения ими социально-принятыми формами экспрессии. Во-первых, дети систематически ощупывали лица педагогов в моменты их различных эмоциональных состояний, а во-вторых, они систематически знакомились с выражением различных чувств, запечатленных в скульптурных масках. Таких масок было двадцать четыре, так что в них довольно разносторонне передавались оттенки выражения, присущие наиболее типическим чувствам. Ознакомление со скульптурными масками и лицами педагогов, сопоставление с собственной экспрессией приводило к тому, что выражение чувств слепых детей делалось точным и отвечающим принятым формам экспрессии [25; 101].

Если такое обучение не происходит, мимика слепых может не соответствовать нашим представлениям о внутренних состояниях, которые, как нам кажется, переживает слепой от рождения человек, наш алгоритм «распознавания» психического настроения не срабатывает.

Я имел возможность проверить это на собственном опыте во время чтения лекций в Обществе слепых. Первое выступление, как мне казалось, полностью провалилось: слушатели сидели с явно недовольными лицами. Более того, неоднократно лектор замечал гримасы неудовольствия и даже страдания, которые он воспринимал, как результат своих усилий... Тем более удивительными и, не скрою, утешительными оказались словесные отзывы в конце лекции, из которых явствовало, что она понравилась слушателям и лектора просят приходить почаще.

Характерны с этой точки зрения и наблюдения доктора Синга за двумя индийскими девочками, которые 17 октября 1920 года были подобраны в стае волков. Амала (младшая) быстро умерла, а Камала, которой к моменту возвращения в общество людей было 8 лет, прожила еще 9 лет. До сентября 1923 года у нее не было замечено ни смеха, ни улыбки. Три года потребовалось девочке, чтобы усвоить эти формы человеческих проявлений эмоций [19; 220].

К тому моменту, когда человек становится личностью, т. е. достигает такого уровня психического развития, при котором «в процессе самопознания человек начинает воспринимать и переживать самого себя как единое целое, отличное от других людей и выражающееся в понятии «Я» [3; 3], он «застает» в своей психике целый мир чувств, мнений, взглядов, отношений, во многом определяющих и его актуальное поведение среди других людей и отношение к окружающему. При этом мы далеко не полностью осознаем содержимое багажа, полученного еще до того, как начинаем себя осознавать. А ведь это содержимое не покоится неподвижно на каких-то дальних полках сознания. Оно ведет себя активно, порой даже агрессивно, оказывая влияние и на отбор и усвоение новой информации и на отношения к окружающему.

Разные способы усвоения опыта дают и различные «умственные продукты». Непосредственное усвоение в процессе общения порождает «житей-

ские» понятия; специальное обучение — научные (Л. С. Выготский). Следовательно, если обыденное сознание возникает стихийно, то идеология — результат сознательного и целенаправленного процесса.

Уже в раннем детстве родители и сознательно и бессознательно формируют образцы поведения и отношений. Они при этом руководствуются образцами, которые точно таким путем усвоили сами. Так осуществляется «трансляция» неписанных законов, установлений и предписаний. Так обеспечивается их живучесть и сила воздействия. В известной степени права была Марина Цветаева: «Да, что знаешь в детстве — знаешь на всю жизнь, но и: чего не знаешь в детстве — не знаешь на всю жизнь» [22; 84].

В детстве ребенку внушают: «не плачь — ведь ты мужчина!», «не пачкайся — ведь ты девочка!», ребенок получает эталоны «доброе», «злого», «красивого», «безобразного» и т. д. В дальнейшем, встретившись с каким-то новым явлением, человек смотрит на него сквозь выработанные в детстве оценки и отношения. Нередко усвоенные в детстве взгляды, мнения, стереотипы и т. д. потом порождают предубеждения, которые могут проявляться в широчайшем диапазоне реакций на окружающее: от предпочтений в пище до отношения к людям других национальностей. Эти часто неосознаваемые установки действуют с огромной принудительной силой, заставляя человека определенной культуры буквально воспринимать мир в системе понятий, оценок, усвоенных с детства.

Американский социальный психолог М. Шериф приводит характерное наблюдение этнографа Малиновского, изучавшего племена, стоящие на низших ступенях общественного развития. Исследователь обратил внимание на внешнее сходство пятерых сыновей вождя племени между собой и, конечно, с отцом. В присутствии многих туземцев ученый сказал, что сыновья похожи на отца. Его слова были приняты с одобрением. Однако, когда он отметил их сходство друг с другом, его мнение было отвергнуто с большим негодованием. Более того, туземцы удивились, как вообще можно было высказать такое явно абсурдное суждение. Как же случилось, что туземцы не видели явно существующего сходства? Оказывается, существовало старинное табу, которое как раз запрещало подобное сходство находить. Это табу не давало видеть то, что видеть было запрещено [7; 118].

В более или менее смягченной форме подобные предписания (а вернее, настрой, установки, ожидание) действуют и в психике современных людей. А. А. Бодалев осуществил следующий опыт. Двум группам людей показывали одну и ту же фотографию и просили описать человека, который был запечатлен на снимке. В одной группе было сказано, что они увидят портрет героя, а в других предупредили, что они увидят изображение преступника. Выяснилось, что многие испытуемые находятся во власти стереотипа, установки. Вот словесный портрет, данный человеком, который считал, что перед ним изображение героя: «Молодой человек лет 25—30. Лицо волевое, мужественное, с правильными чертами лица. Взгляд очень выразительный. Волосы всклокочены, небрит, ворот рубашки расстегнут. Видимо, это герой какой-то схватки, хотя у него и не военная форма».

Испытуемый, который считал, что перед ним портрет преступника, дает такое словесное описание: «Этот зверюга понять что-то хочет. Умно смотрит и без отрыва. Стандартный подбородок, мешки под глазами, фигура массивная, стареющая, брошена вперед» [4].

Все, что соответствует привычным, выработанным и усвоенным с детства представлениям человек склонен воспринимать как нечто положительное, «правильное», «должное». То, что противоречит привычной сумме оценок, невольно отталкивает, кажется чем-то искаженным, недозволенным. Люди, принадлежащие к одной этнической группе, а внутри этнической группы к одной социальной среде, а внутри нее — к одной малой группе, ощущают свое единство, одинаковость еще и потому, что они имеют много сходного

в «алгоритмах общения». И чем теснее и малочисленнее группа, тем больше у ее членов общих взглядов, традиций, мнений, обычаев. Так складывается ощущение внутреннего единства, которое обозначается местоимением «мы». Но «мы» обязательно предполагает «они», предполагает обособление себя от других. Все это объективно существующие и неизбежные социально-психологические закономерности.

Однако следует иметь в виду, что люди, причисляющие себя к некоему «мы», склонны переоценивать «свое» и недооценивать «чужое». И эта тенденция, если дать ей развиться, может привести к самым нежелательным результатам, начиная от группового и семейного эгоизма и кончая национализмом. Б. Ф. Поршнев замечает: «Любопытно подчеркнуть, что в первобытном обществе «мы» — это всегда «люди» в прямом смысле слова, т. е. люди вообще, тогда как «они» — не совсем люди» [14; 82].

Следует заметить, что подобное ощущение группового превосходства присуще и людям современным. Станислав Лем, анализируя социально-психологические предпосылки фашизма, пишет: «Поначалу достаточно примитивная и общая программа, которая лаконично заявит, что других, более слабых, надо подчинить себе. Вся «гениальность» нужна тогда лишь для того, чтобы решить, где эти слабые и чем они заслужили такое к себе отношение! На это же ответ прост: они — «не такие», как мы, это какой-то «другой вид», разумеется, худший и даже чудовищный... Начало было примитивным, потом, шаг за шагом, росло, умножалось, извращалось зло, поначалу чрезвычайно пошлое, — не надо особой мудрости, чтобы додуматься, что слабых можно осилить и не соблюдать ни единого пункта договора, который с ними заключаешь». [11; 248]

В свете этих социально-психологических предпосылок ясно, почему так быстро распространяются и упрочиваются различные этнические предрассудки, почему так легко возбудить у людей чувство национальной исключительности и превосходства. Вся современная практика буржуазной пропаганды рассчитана именно на этот психологический эффект. В статье «Психология предрассудка. О социально-психологических корнях этнических предубеждений» И. С. Кон приводит несколько определений этнического предубеждения. Б. Берельсон и Г. Стейнер подчеркивают, что это «враждебная установка по отношению к этнической группе или ее членам как таковым». Установочный момент, соединенный с большой эмоциональной насыщенностью, выделяют Л. Креч, Р. Кратчфилд и Э. Баллачи: «Неблагоприятная установка к объекту, которая имеет тенденцию быть крайне стереотипизированной, эмоционально зараженной и нелегко поддается изменению под влиянием противоположной информации»; в «Словаре по общественным наукам» ЮНЕСКО — «Предубеждение — это негативная, неблагоприятная установка к группе или ее индивидуальным членам; она характеризуется стереотипными убеждениями; установка вытекает больше из внутренних процессов своего носителя, чем из фактической проверки свойств группы, о которой идет речь» [9; 189—190].

В нашу задачу здесь не входит анализ социальных и экономических факторов возникновения этнических предрассудков, тем более, что это достаточно полно сделано в цитированной статье. Мы хотели лишь подчеркнуть специфику социально-психологической природы их появления и живучести.

Предрассудки и предубеждения не ограничиваются сферой межнациональных отношений. Они появляются всегда и ко всему, где есть стереотип, до опыта возникшая модель «должного», которая вклинивается между воспринимающим человеком и объектом восприятия. Такие оценочные эталоны играют двойственную роль в отношениях между людьми. С одной стороны, они, как уже указывалось, помогают быстро сориентироваться и правильно отреагировать на те или иные типичные особенности людей даже

мало знакомых, но с другой стороны, они могут вызвать предубеждение к человеку, заслонить его реальные качества и черты. Под влиянием такого эталона, который к тому же нередко применен к данному человеку неправильно, мы порой действуем по принципу: «я его не знаю, но уже... не люблю». Так, нередко учитель относится с предубеждением к ученику, который прослыл озорником и лентяем. Он уже невольно фиксирует свое внимание на отрицательных проявлениях подростка, игнорируя положительные. У ученика-отличника и активиста, наоборот, не замечаются отрицательные качества личности. Это плохо для того и другого. Нередко подобные стереотипы мешают и руководителю предприятия объективно отнестись к своим подчиненным. Одних «по привычке» всегда хвалят, другие — всегда объект критики. Это вызывает у членов коллектива обиду и сомнение в справедливости руководителя.

Возникновение шаблонов поведения, стереотипов и эталонов отношения неизбежное и закономерное явление в психике человека, но необходимо время от времени производить их инвентаризацию и селекцию, надо сверять свои личные эталоны и с эталонами общественно признанными и с реальной действительностью.

Мы рассмотрели некоторые алгоритмы общения, которые выступают как стабилизирующие факторы «социальной психики». Наряду с ними и вопреки им действуют в нашем сознании революционизирующие факторы, факторы, которые заставляют ломать устоявшиеся стереотипы, менять эталоны и переоценивать ценности. Но анализ этих явлений должен составить предмет особого разговора.

ЦИТИРОВАННАЯ ЛИТЕРАТУРА

1. Ананьев Б. Г. Человек как предмет познания. Л., Изд-во ЛГУ, 1968.
2. Божович Л. И. Изучение качеств личности и аффективной сферы ребенка. Тезисы докладов на II съезде Общества психологов. Вып. 5. М., 1963.
3. Божович Л. И. Личность и ее формирование в детском возрасте. М., Изд-во «Просвещение», 1968.
4. Бодалев А. А. Восприятие человека человеком. Л., 1965.
5. Грушин Б. А. Мнение о мире и мир мнений. М., Политиздат, 1967.
- 5^а. Дельгадо Х. Мозг и сознание. М., 1971.
6. Давиденков С. Н. Эволюционно-генетические проблемы в невропатологии. Л., 1947.
7. Ерунов Б. А. Мнение и умонастроение в историческом аспекте. Сб. «История и психология». М., 1971.
8. Коломинский Я. Л. Человек среди людей. М., Изд-во «Молодая гвардия», 1970.
9. Кон И. С. Психология предрассудка. «Новый мир», 1966, № 9.
10. Ланда Л. Н. Алгоритмизация в обучении. М., Изд-во «Просвещение», 1966.
11. Лем С. Мифотворчество Томаса Манна. «Новый мир», 1970, № 6.
12. Моравия А. Все как на рекламе. «Иностранная литература», 1971, № 8.
13. Парыгин Б. Д. Общественное настроение. М., Изд-во «Мысль», 1966.
14. Поршнев Б. Ф. Социальная психология и история. М., «Наука», 1966.
15. Поршнев Б. Ф. Контрсуггестия и история. В сб. «История и психология». М., 1971.
16. Прангишвили А. С. Исследования по психологии установки. Тбилиси, 1967.
17. Розов А., Коломинский Я. Принцип равнозначности и вероятностное понимание психических явлений. «Вопросы психологии», 1965, № 6.
18. Райт Г. Свидетель колдовства. М., Изд-во «Молодая гвардия», 1971.
19. Рогинский Я. Я. Проблемы антропогенеза. М., Изд-во «Высшая школа», 1969.
20. Самсонов Р. Социальная психика и идеология. Ереван, Изд-во «Айастан», 1970.
21. Толстой Л. Н. Собрание сочинений в 12 томах, т. 8. М., ГИХЛ, 1958.
22. Цветаева М. Мой Пушкин. М., Изд-во «Советский писатель», 1967.
23. Шибутани Т. Социальная психология. М., Изд-во «Прогресс», 1969.
24. Ядов В. Стереотип социальный. Философская энциклопедия, т. V. М., 1970.
25. Якобсон П. М. Психология чувств. М., Изд-во АПН РСФСР, 1956.
26. В г о w n R. Social Psychology. N. Y., The Free Press, 1967.