

**лекции****магистратура 1-21 80 15 «Всеобщая история»****Тема 1 Введение**

- 1 Определение социального стереотипа.
- 2 Национальные стереотипы и автостереотипы как разновидность социальных стереотипов.
- 3 Национальный стереотип как объект исследования.
- 4 Методы изучения национальных стереотипов.

## 1 Определение социального стереотипа.

Социальный Стереотип (англ. stereotype; от греч. stereos – твердый + typos – отпечаток) – устойчивое, категоричное и крайне упрощенное представление (мнение, суждение) о каком-либо явлении, группе, исторической личности, распространенное в конкретной социальной среде (синоним – социальный штамп); усваивается индивидом в процессе социализации. В этом значении термин «стереотип» ввёл американский социолог Уолтер Липпман в книге «Общественное мнение» (1922.).

Однако термин «социальный стереотип» может пониматься и в более узком смысле: как стереотипное представление о конкретной социальной группе или общности (и её членах). В этом смысле различают социальные (напр., этнические) автостереотипы (представления о своей группе) и гетеростереотипы (представления о других группах). Т. о., социальные стереотипы – это штампы сознания, вырабатываемые социальной средой и приписывающие те или иные дескриптивные, ценностные и прескриптивные (предписывающие) значения социальным группам и их типичным представителям. Социальный стереотип (как правило, гетеростереотип), ассоциированный с негативным отношением (эмоционально-оценочным компонентом) к той или иной группе, называется «предубеждением».

С 1920-х гг. исследование стереотипов развивалось на почве социологии и социальной психологии. В дальнейшем стереотипы стали предметом анализа с точки зрения теории коммуникации, этнологии, истории литературы и культуры, философии языка и т. д. В современной гуманитарной науке исследования стереотипов имеют междисциплинарный характер.

Все дальнейшие дефиниции стереотипа как языкового, философского, социально-психологического (этнографического, культурно-поведенческого) явления, так или иначе опираются на определение Липпмана, в той или иной мере подчеркивая различные аспекты данного феномена.

Разрабатывая концепцию стереотипа с точки зрения социальной психологии, У. Липпман отметил одну важную особенность этого понятия – ориентированность на некий идеальный образ мира, который формируется в сознании представителей того или иного сообщества, и способность отвечать общественным ожиданиям. Он писал: «Системы стереотипов могут быть стержнем нашей собственной традиции, оборонительным укреплением нашей общественной позиции. Они составляют упорядоченную, более или менее цельную картину мира, над которой

надстраиваются наши обычаи, наши вкусы, наши возможности, наши привычки и наши надежды. Они могут быть не законченной картиной мира, а картиной возможного мира, к которому мы принашиваемся. В этом мире люди и вещи имеют свои хорошо нам известные места и приспособляются к ожиданиям».

Процесс стереотипизации опыта лежит в основе действия механизма традиции, выполняющего интегрирующие и стабилизирующие функции в системе культуры. В связи с этим, следуя терминологии польского исследователя Ю. Халасиньского, можно считать стереотипизацию разновидностью мифологического мышления, играющего не последнюю роль в общественных отношениях и активизирующегося в ситуации противостояния или соперничества различных социальных (этнических, этнокультурных) групп.

С «мифологизирующим» аспектом стереотипа как социокультурного феномена связано соотношение стереотипов с такими явлениями, как предубеждение, мнение, верование, предрассудок и т. п., получившие воплощение в исследованиях Г. Олпорта, который определил предубеждения как «суждения о других без достаточных оснований», а стереотипы как производные от этих предубеждений.

Стереотип как понятие, значимое не только для языка, но и культуры в целом, в последние годы становится объектом исторических, филологических, культурологических исследований, концентрирующих внимание на речевых и ментальных стереотипах, формирующих «особость» национальных культур (в том числе белорусской) и выступающих в роли этнокультурного идентификатора. В любой из перечисленных отраслей гуманитарного знания стереотип понимается также как субъективно детерминированное представление предмета, в котором сосуществуют описательные и оценочные признаки, и которое является результатом истолкования действительности в рамках социально выработанных познавательных моделей

Многогранность стереотипа как культурного явления, вмещающего в себя широкий спектр значений – от представления о стереотипе как социокультурном концепте, роль которого состоит в экономии усилий по познанию мира, до трактовки стереотипа как универсального этнокультурного маркера, – отразилась в том, что данное понятие заслужило отдельную всемирную библиографию.

## **2 Национальные стереотипы и автостереотипы как разновидность социальных стереотипов.**

Этнокультурные стереотипы строятся на основе представлений, сформированных фольклорно-мифологическим сознанием и бытующих в системе традиционной культуры. Это не просто оценочный образ «чужого», зафиксированный в языке, но значимый концепт, составляющий неперемный элемент картины мира. Данная группа стереотипов, как подтверждают результаты современных этнолингвистических и социолнгвистических исследований, играет структурообразующую и этнодифференцирующую роли, особо значимые для самоосознания и самопознания этноса (представления о «своём» и «чужом» народе, «своей» и «чужой» религии, обрядности и системе ценностей). По мнению исследователей, «национальные» стереотипы имеют особый общественный вес, поскольку в основе таких стереотипов лежит универсальная оппозиция «свой-чужой», в свою очередь составляющая базу для формирования народного

(традиционного) мировоззрения. Восприятие представителей различных этнических групп связано также с актуальными отношениями и конфликтами между этими группами.

Изучение этнических стереотипов сформировалось изначально в рамках социологического подхода, постепенно выделившись в особую исследовательскую сферу, к настоящему времени широко освоенную этнографами, этнологами, культурологами, фольклористами, этнолингвистами.

Для понятия этнического стереотипа особо значима не только языковая компетенция («этническое» значение слова), но и прагматическая (коммуникационная) компетенция (знание о мире, внешней действительности).

Каждый народ пытается осмыслить себя, своё место в истории и культуре не только опираясь на письменные источники и исторические факты, но и обращаясь к «фольклорной памяти», вековым традициям и верованиям. Нарисовать для себя портрет «чужого» – соседа, чужеземца или иноверца – это значит во многом осознать себя самого, свою уникальность и своеобразие.

В народной культуре отношение к представителям других этносов во многом определяется понятием этноцентризма, когда «свои» традиции, «своя» религия, «свои» обычаи и «свой» язык мыслятся единственно «настоящими», «правильными» и «праведными». Этноцентризм не является характеристикой, свойственной только одной нации – он представляет собой общекультурное явление, «продукт эволюции».

Анализируя суть и истоки этноцентризма, видный советский и российский лингвист В.Н. Топоров отмечал: «Каждый народ – осознанно, полуосознанно или неосознанно – несет свою идею, свой мир представлений о себе и о другом. И поэтому эти естественные и даже необходимые различия своего и чужого на фоне бесспорно общих задач жизнеобеспечения становятся предлогом, почвой, местом, где начинаются несогласия, различия, споры и ссоры».

Всё «чужое» настороженно отрицается как греховное, а всякий представитель иноэтнической группы воспринимается как существо опасное и почти потустороннее. С другой стороны, «чужие» (именно в силу своей связанности с «иным» миром) наделяются в народных верованиях сверхъестественными свойствами, которые могут быть не только вредоносными, но и полезными. Безусловно, в таком двойственном отношении к «чужим» преобладают не объективные сведения об этнических соседях, а стереотипы, сформированные вековой мифологической традицией и обращённые в «суеверную» перспективу. В народной культуре славян отчетливо представлен амбивалентный образ «чужого», сочетающий негативные и положительные признаки. Фольклорно-мифологическая трактовка образа «чужого» динамично развивается между двумя полюсами – отторжения и толерантности, сочетая в себе на первый взгляд противоречивые и несовместимые характеристики. Но именно в этой полярности заключена уникальность всего комплекса представлений о «чужих», отразившего и этноконфессиональную полемику, и общественное противостояние, и культурное взаимовлияние, и «мифологию соседства».

Описывая действительность упрощённо, схематично, создавая субъективные мифологические или идеологические представления, стереотипы могут препятствовать взаимопониманию людей как внутри этнических сообществ, так и в межэтнической коммуникации.

Рассматривая познавательную и эмоциональную составляющие стереотипа, исследователи непременно сталкиваются с проблемой автостереотипов и гетеростереотипов и оценочной градацией по отношению к «себе», «своему» и «чужому», с наличием в сознании носителя традиции идентификационных и самоидентификационных оценок.

Национальные (этнические, этнокультурные) стереотипы представляют некий обобщённый образ этнического соседа, упрощая и генерализируя этот образ. При этом для данной группы социальных стереотипов характерна неточная субъективная генерализация – неосознанное приписывание какого-либо свойства всем объектам класса, объединяемого с помощью этнонима.

Этнокультурные стереотипы демонстрируют широкое распространение и повторяемость, будучи передаваемы в рамках отдельной традиции от поколения к поколению, а также большую степень устойчивости к изменениям. Они подвержены влиянию исторических факторов, а также обусловлены национальными мифами и традициями.

Каждая традиция создает портрет «чужака», опираясь на «свою» систему представлений и ценностей, априори (от лат. *a priori* – буквально «от предшествующего»; знание, полученное до опыта и независимо от него, то есть знание, как бы заранее известное) имея мнение о «чужой» культуре и традициях.

В связи с этим познавательный компонент этнических стереотипов может проявляться в формировании предубеждений, предрассудков, суеверий с преобладанием негативной оценки в отношении «чужих».

В оценочном компоненте этнокультурных стереотипов преобладает негативное отношение к представителям иных этносов и конфессий, что обусловлено не только этноцентризмом, но и явлением мегаломании – самовозвышения – которое свойственно всем народам на определённом этапе их исторического развития и составляет необходимый элемент народного менталитета. Оценочность этнокультурных стереотипов проявляется в формировании национальных и религиозных наветов, а также играет не последнюю роль при конструировании «наветных» фольклорных текстов.

В группе этнических стереотипов безусловно проявляется их эмоциональная составляющая, что находит отражение в терминологии, к ним прилагаемой. Именно эмоциональный заряд (часто негативный), который несут в себе этнические стереотипы, выступает в качестве базиса для культурного фундаментализма, что находит отражение в так называемом «злом фольклоре» (*evil folklore*) о «чужих».

### **3 Национальный стереотип как объект исследования.**

Национальные стереотипы попали в фокус внимания учёных стран постсоветского пространства, представляющих различные отрасли гуманитарного знания, только после распада СССР. Господствовавшая в период его существования идеология создавала для исследователей, которые, конечно же, проявляли к ним интерес, большие препятствия. В то же время было очевидно, что, как объект научного интереса, они требуют к себе серьёзного внимания.

Наработки западных учёных в области изучения национального характера и менталитета, конечно, оказывали стимулирующее влияние на развитие советского обществознания, но приобретали в нём весьма специфическое отражение. Так,

например, советская этнопсихология появилась на свет как наука, призванная бороться с идеологическим врагом путём изобличения его «диверсий». Монография С.И. Королёва «Вопросы этнопсихологии в работах зарубежных авторов» – красноречивое тому подтверждение. Изучение западными учёными проблем этнопсихологии рассматривалось как разработка оружия для психологической войны, а полученные ими знания – как материал для оправдания враждебного отношения к тому, кто на взгляд общественности Запада являлся «недемократичным и нецивилизованным врагом».

Таким образом, на тему социальных (в т.ч. и национальных) стереотипов советские учёные выходили, рассматривая лишь проблему социального заражения и роли в нём средств массовой информации.

Интерес к тематике национальных стереотипов, однако, получил возможность себя реализовать в художественной литературе. Опосредованно через эту литературу он проникает в сферу литературоведения и философии. В этой связи, прежде всего, следует назвать имя Г.Д. Гачева, который первым из советских учёных всерьёз занялся изучением национальных образов и долгое время писал «в стол». В своём оригинальном подходе к тому, что называл «мыслеобразами» он исходил из нерушимости во времени основ национального понимания бытия и восприятия реальности. В духовной истории человечества посредством метода дедукции воображения (или "имагинативной дедукции") Г.Д. Гачев находил множество образов и ассоциаций. Суть этого метода он видел в выделении в системно-рассудочных рассуждениях интуиции, созерцания и видения, которые проступают в наглядных примерах, сравнениях, иллюстрациях.

У Г.Д. Гачева проблема картины мира рассматривается в том числе через призму особенностей восприятия, обусловленного культурной спецификой. Так, в очередном своём труде серии «Национальные образы мира», над которой он работал 40 лет, Гачев писал: «Зарываюсь на некоторое время в данную страну, читаю книги про её природу, историю, быт, нравы, изучаю культуру: литературу, искусство, религию, философию, науку... – словом, с разных сторон заезжаю в её пространство-время, в толщу её бытия, пишу по ходу проникновения свои наблюдения, соображения, сравниваю с аналогичными явлениями в других странах, и в итоге получается у меня некий портрет этого национального мира...». С высоты своего богатейшего опыта работы над проблемами национального менталитета Г.Д. Гачев заявлял: «Природа данной страны, язык, обычаи, психика, «ментальность» народа и человека ... – основа самости каждой страны, её самобытности, ради чего и ломаются копья в борьбе за национальную независимость и государственность. И с этой устойчивостью надо считаться и в политической практике... Так что неторопливое, вдумчивое вникание в константы каждого национального мира, в присущие ему особенности... может пригодиться». Пожалуй, лучшего объяснения необходимости изучения национальных стереотипов найти невозможно.

В скором времени обнаружилось, однако, что идеалистические, пасторальные размышления Г.Д. Гачева над национальными картинами мира не соответствуют духу времени – прорвались долго сдерживаемые национальные страсти, интерес к данной тематике стал прагматически-политическим, приобрёл вид «национального вопроса», требующего безотлагательного решения! И, вводя это, учёный писал:

«Некогда разбираться. Торопятся действовать – без понятия. В ход пошли короткодыханные статейки, эссе, лидеры жаждут шпаргалок – подсказки!.. И такая путаница в умах и акциях...».

Путаница продолжалась недолго – с конца 1990-х годов российские учёные стали работать в общем русле происходивших в стране тенденций. Россия вступала в новую эпоху, где «классика жанра» Г.Д. Гачева (его «мыслеобразы») оказалась не очень востребованной. Настало время жёсткого разговора о том, что, кто и почему мешает России быть тем, чем она желает быть. Стали необходимы пассионарные стереотипы, которые можно было бы использовать в идеологической и пропагандистской работе. Разумеется, эти стереотипы должны были иметь генетическую связь с русским менталитетом и русские исторические корни.

Актуализировавшийся в России интерес к национальным стереотипам вскоре оформился в новое направление в литературоведении, названное имагологией (от лат. *imago* – образ). Его возникновение и развитие связано с именем известного исследователя польской литературы В.А. Хорева, который в свете разработанных им теоретических положений этой новой науки анализировал сложный процесс взаимоотношений русских и поляков. Он же дал этой науке следующее определение: «Имагология ставит своей задачей выявить истинные и ложные представления о жизни других народов, характер и типологию стереотипов и предрассудков, существующих в общественном сознании, их происхождение и развитие, их общественную роль и эстетическую функцию... Она изучает образ другого народа».

Имагология требует от исследователя не только знаний особенностей жизни, истории и культуры других народов, но и чувства меры, такта и уважения к ним, тем более что в имагологическом подходе зачастую приходится обращаться не только к тому, что богато эмоционально окрашено, но и намеренно или ненамеренно деформировано.

#### **4 Методы изучения национальных стереотипов.**

Как уже было сказано выше, этнонациональные стереотипы, как и социальные стереотипы в целом, входили в сферу интересов социальной психологии. Ныне же проблематика стереотипов успешно разрабатывается лингвистами, социологами, политологами, антропологами, историками, психиатрами и пр. И ничего удивительного в этом нет, поскольку объект исследования и его предмет лежат в междисциплинарной области. Очевидно, что изучение этнонациональных стереотипов требует междисциплинарного подхода. Пока ещё нет универсальных методик, которые бы позволяли выявлять все компоненты этнического стереотипа, все его характеристики. Каждая из имеющихся сегодня методик имеет свои достоинства и недостатки.

Поскольку эмоционально-психологической основой стереотипов являются предрассудки, начинать изучение стереотипов необходимо с исследования предрассудков. Но как их можно исследовать?

Существуют два пути исследования.

1) у предрассудка как психологического феномена есть свои конкретные носители, поэтому, чтобы понять истоки и механизм предрассудка, нужно исследовать психику предрассужденных людей;

2) если уж отдельный индивид усваивает свои этнические взгляды, строящиеся на предубеждении, из общественного сознания, нужно изучать не столько предубежденного человека, сколько общество, которое предубеждения порождает.

Первым путем идёт психиатрия и отчасти психология. Второй путь – путь социологии, истории и др. социальных наук.

Что касается первого пути, здесь в настоящее время больше всего применяются психосемантические методики. Психосемантика исследует различные формы существования значений в индивидуальном сознании (образы, символы, символические действия, а также знаковые, вербальные формы), анализирует влияние мотивационных факторов и эмоциональных состояний субъекта на формирующуюся у него систему значений.

Основные методы психосемантики строятся на экспериментальном изучении субъективных пространств, которые представляют собой модели категориальных структур в каждом сознании. Таким образом, основы психосемантики отображают общепсихологические и дифференциально-психологические аспекты каждого протекающего процесса категоризации. Главной задачей психосемантики считается реконструкция системы общих, либо детальных представлений и мире у каждого индивида за счёт реконструкции личностных смыслов и индивидуальных значений.

Однако в исторической имагологии эти методы не находят широкого применения. Многие исследователи-историки предпочитают опираться на традиционные для исторической науки методы: историко-генетический, историко-сравнительные и историко-системный. Их выбор во многом определяется целями исследования, актуальными научно-исследовательскими задачами, а также особенностями источниковой базы. Есть и другие факторы, определяющие выбор.

Историк не может изучать стереотип вне эпохи, в которой он существовал. По сути дела, он имеет дело с модификацией этнонационального стереотипа, свойственной тому или иному историческому периоду. Таким образом, в отличие от социологов и психологов, историки изучают этнические стереотипы, существовавшие в прошлом (например, стереотипы, бытовавшие у исчезнувших народов) или современные стереотипы (т. е. ныне существующие), но в прежних (недавних) их модификациях. Сами стереотипы рассматриваются в качестве фактора исторического процесса, поскольку они использовались для формирования общественного сознания, общественного мнения, общественных настроений, мотивации общества в целом, отдельных его групп или личностей на определённые действия, которые в конечном счёте и стали, собственно говоря, историей.

Конечно же, большую роль в реконструкции стереотипов играет образное мышление (метод имагинативной дедукции или дедукции воображения), а также методы аналогии, ретроспекции и экстраполяции (во времени или пространстве).

Если говорить о выборе элементов описания стереотипа, то здесь большое значение имеет культурный багаж исследователя. Кроме того, для сохранения объективности проводимого им исследования он должен абстрагироваться от тех этнонациональных стереотипов, носителем которых он сам является, попытаться, образно говоря, «влезть в шкуру» того человека (людей), чей менталитет он изучает, посмотреть на мир его глазами.

Оценивать национальные обычаи и нравы трудно. Оценка их всегда зависит от того, кто оценивает и с какой точки зрения. Здесь требуется особая осторожность. У народов, как и у отдельных индивидуумов, недостатки являются продолжением достоинств. Это те же самые качества, только взятые в иной пропорции или в другом отношении. Хотят того люди или нет, они неизбежно воспринимают и оценивают чужие обычаи, традиции, формы поведения, прежде всего сквозь призму своих собственных обычаев, тех традиций, в которых они сами воспитаны. Такая склонность рассматривать явления и факты чужой культуры, чужого народа сквозь призму культурных традиций и ценностей своего собственного народа и есть то, что на языке социальной психологии называется этноцентризмом. Разумеется, этноцентризм является серьёзной помехой в деле изучения национальных стереотипов и предрассудков.

## **Тема 2 Образование и развитие национальных стереотипов**

- 1 Генезис национальных стереотипов.
- 2 Общественно-психологические причины образования стереотипов.
- 3 Механизмы стереотипизации и образотворчества.
- 4 Содержание национального стереотипа и его характер. Особенности автостереотипа.

### **1 Генезис национальных стереотипов.**

Согласно одной из существующих теорий образования социальных, в т. ч. и национальных стереотипов, негативные стереотипы иных (чужих) групп появляются в результате возникающей у личности необходимости или потребности в совете по поводу какого-либо внутреннего конфликта, дискомфорта или чувства опасности. Хотя ещё предстоит доказывать эмпирическим путём верность данной теории, её мотивационным фундаментом является тезис о том, что мнение личности о других группах частично детерминировано её потребностями и стремлениями. Этот тезис находит отражение в современных теоретических работах, касающихся происхождения и функций стереотипов.

Согласно последним подходам, стереотипы чужих групп связаны с определением их статуса относительно других групп, а также реакцией на этот статус. То, как собственная группа оценивается в сравнении с другими группами, является одним из ключевых мотивационных факторов образования стереотипов.

Большинство этнонациональных стереотипов и связанных с ними предрассудков является отражением действительных контактов между разными группами. Сами контакты, заселение общей территории, конфликты и т. п. влияют на актуальность взаимного восприятия этих групп, содействует образованию стереотипов. Проще говоря, этнонациональные стереотипы возникают в состоянии аффекта, вызванного напряжением, возникшим в ходе вынужденного сосуществования и взаимодействия, и (или) конфликтами на этнонациональной почве.

Стереотипизация – это обусловленное ситуационно, упрощённое преобразование информации. Во многих сложных ситуациях она может выполнить



эвристическую роль, очень полезную для познавательной системы. Стереотип – это не знание, а его эрзац, к тому же эмоционально окрашенный.

Одно из основных свойств содержания стереотипов – их стойкость или неподверженность изменениям. Аффективное восприятие познаваемой группы может появиться в результате собственных контактов индивидуума с представителями этой группы, но может появиться и помимо личных контактов – в результате антипатической передачи информации окружением. Такого типа эмоциональный портрет группы передаётся из поколения в поколение благодаря образным и понятийным репрезентациям, которые имеют способность к возбуждению чувств и часто их источники не осознаваемы личностью. Приобретённые чувства приязни («любви») и неприязни («ненависти») бывают очень сильными и могут удерживаться помимо контактов с группой и даже вопреки личному опыту.

Аффективные реакции являются автоматическими процессами, появляющимся без участия воли субъекта, процессами неинтенциональными, т.е. ненамеренными, не подлежащими сознательному контролю.

Автоматическому преобразованию информации содействует ситуация её недобора, познавательного передёргивания, временного давления или притяжения избыточного внимания. Следствием автоматического преобразования информации является поспешность и ограниченная точность формулируемых суждений.

Человек, как правило, владеет двумя частично независимыми системами, при помощи которых совершает оценку окружающей его реальности, в т. ч. общественных (в т. ч. национальных) групп и их представителей. Первая система опирается на спонтанные и неконтролируемые аффективные реакции, которые служат быстрому распознаванию того, что является для человека добрым или плохим, приятным или неприятным, безопасным или небезопасным. Реакция, выступающая в этой системе, является автоматической, что означает выход её из-под сознательного контроля личности. Оценка, основой для которой является аффективная реакция, характеризуется возможным соответствием возбуждённой эмоции. Вторая система использует освоенные человеком познавательные стандарты, которые образуются во время жизни человека и имеют свои источники в определённых его личных качествах, в воздействии социальной среды, а также формирующихся через сравнение накапливаемой информации с приобретаемыми стандартами примерах действительности.

## **2 Общественно-психологические причины образования стереотипов.**

Очень большое значение в изучении межгрупповых отношений имеет теория общественной тождественности. Согласно этой теории, групповая принадлежность людей влияет на их самооценку и потому у отдельных личностей появляется мотивация к культивированию и поддержанию в активном состоянии позитивной общественной тождественности, имеющей свой источник в группах, к которым эти личности принадлежат. По этой теории принадлежность личности к высоко оцениваемой группе может гарантировать ей позитивную общественную тождественность, если такая собственная группа признаётся лучшей, чем другие группы. Если такие преимущества не видны на первый взгляд, члены данной группы могут пытаться создать позитивные отличительные качества, фаворизируя

собственную группу в отношении других групп при соответствующих сравнительных параметрах.

Затем механизмы, связанные с социальной идентификацией, начинают работать на приписывание позитивных черт собственной группе и негативных – чужим группам. Это фундаментальный и всеобщий процесс. Люди, причисляющие себя к оценивающим группам, оценивают собственную группу позитивно и приписывают ей больше положительных черт и качеств, чем чужим группам. Более того, само понятие «мы» включает больше позитивных определений, чем «они». Если случается, что данная группа не имеет важных черт, которые отличали бы её позитивно от других групп, её члены начинают создавать (придумывать) необходимые отличительные черты, моделируя идеализированный стереотип.

Механизмом, облегчающим формирование позитивного стереотипа собственной группы, является крайне необъективный арбитраж. Если выделяются положительные качества членов собственной группы, а негативные качества при этом отодвигаются на второй план и связываются с внешними факторами – формируется позитивный образ собственной группы, развивающийся в автостереотип.

Точно так же, предвзято, изучая позитивные и негативные качества представителей чужой группы, фокусируя своё внимание на негативных качествах, а позитивные оставляя без должного внимания (рассматривая их как нетипичное исключение, не касающееся всей группы, например), можно создать негативный её образ, развивающийся со временем в стереотип. Необъективная оценка, таким образом, приводит к уменьшению значения негативных качеств собственной группы и позитивных качеств чужой группы. Так, деформированное, предвзятое восприятие ведёт к формированию полярных по характеру стереотипов разных национальных групп – своей и чужой (чужих).

Представители групп не только воспринимаются как носители качеств, в которых отражаются совершённые ими поступки, но они также признаются людьми, естественным образом приспособленными для выполнения таких поступков, такой роли.

Стереотипы формируются в тесной связи с возникновением конкуренции между отдельными группами. С собственной группой ассоциируются только наиболее позитивные черты – она является не только хорошей, но также справедливой, высокоморальной и т. п. А чужая группа воспринимается как нечто альтернативное, а её представители – как воплощение негативных черт.

### **3 Механизмы стереотипизации и образотворчества.**

Стереотипы социальных групп являются частью общественного наследия. Они передаются из поколения в поколение как элемент накопленного обществом знания. Ни один человек не может вырасти в обществе, социализироваться, не усвоив стереотипов, которые ему свойственны, в том числе и этнонациональных.

Так как эти стереотипы глубоко укоренены в любой этнонациональной культуре, люди приобретают их как часть общественного достояния. Участие в данной культуре означает, по крайней мере – отчасти, принятие и одобрение убеждений этой культуры насчёт собственной и других групп. Стереотипные

представления затем многократно передаются в обществе, причём стереотипы передаются и приобретаются в готовом, «упакованном» виде.

Основой стереотипизации является внешний вид. Именно внешним видом этнические и расовые группы отличаются друг от друга. Стереотипы некоторых этнонациональных групп опираются исключительно на их внешний вид. Он несёт в себе информацию о характере – стабильность внешнего вида содействует формированию представления о постоянстве характера. Потому люди, которые выглядят одинаково, в зависимости от своего вида могут быть определены как энергичные или пассивные, доминирующие или зависимые. Такого рода постоянные черты не приписывают людям с непостоянным внешним видом. Восприятие последних часто зависит от ситуации.

Многие люди оценивают характер других людей на основании внешнего вида, а внешний вид может влиять на формирующийся (или уже существующий) их стереотип. Отличительные внешние черты оказывают особо сильное влияние на восприятие: представления о людях, обладающих такими чертами, подлежат корреляции, которая может привести к образованию негативных и даже экстремальных стереотипов представителей меньшинств, а также влиять на содержание групповых стереотипов.

Люди не только судят о личных особенностях на основании внешнего вида, но и достигают весьма высокой достоверности, точности в своих оценках. Но всё же в процессе стереотипизации не могут не появиться ошибки.

Учёные выделяют 3 типа ошибок, которые затрудняют объективность оценки и приводят к неточности стереотипа:

- 1) заниженная оценка или тенденция к систематическому занижению и заужению оценок;
- 2) очевидное занижение позитивных оценок или систематическое занижение оценки главной тенденции в системе (или сумме) позитивных атрибутов (в сравнении с атрибутами негативными);
- 3) ошибочность окончательных оценок или тенденция к совершению крайних – низких или высоких оценок; ошибки эти могут вытекать из природы самой задачи – основанной на опыте оценки, или же могут появляться в результате систематических несоответствий между используемыми исследователями критериями оценки.

#### **4 Содержание национального стереотипа и его характер. Особенности автостереотипа.**

Стереотипы, как правило, являются отражением общественных норм – общепринятых способов мышления, ощущения и сохранения всего того, что люди, принадлежащие к данной группе, согласны признавать правильным и настоящим. С этой точки зрения освоение стереотипов можно трактовать как конформизм в отношении к принятым в ней общественным нормам. Процесс приобретения этнонациональных стереотипов усиливается в условиях сильного давления на соблюдение таких норм. Например, ситуация межгруппового конфликта требует от членов конфликтующих групп лояльности, солидарности и жёсткого соблюдения принятых в ней правил и норм. В таких обстоятельствах катализируется формирование стереотипов чужой, враждебной группы, возникает

стереотипизированный образ, впитывающий в себя актуальный структурообразующий материал.

Стереотипы – неотъемлемый элемент обыденного сознания. Ни один человек не в состоянии самостоятельно, творчески реагировать на все встречающиеся ему в жизни ситуации. Стереотип, аккумулирующий некий стандартизованный коллективный опыт и внушенный индивиду в процессе обучения и общения с другими, помогает ему ориентироваться в жизни и определённым образом направляет его поведение.

Каждая этническая группа (племя, народность, нация, любая группа людей, связанная общностью происхождения и отличающаяся определёнными чертами от других человеческих групп) обладает своим групповым самосознанием, которое фиксирует её специфические черты – действительные и воображаемые, среди которых безусловно преобладают положительные. Автостереотип любой этнонациональной группы всегда позитивен. Это аксиома. Каждому человеку обычаи, нравы и формы поведения, в которых он воспитан и к которым привык, ближе, чем другие, – это вполне нормально и естественно.

Чужие же обычаи часто кажутся не только странными, нелепыми, но и неприемлемыми. Это так же естественно, как естественны сами различия между этническими группами и их культурами, формировавшимися в самых разных исторических и природных условиях. В условиях межэтнической конкуренции и, тем более, этнического противостояния, эти действительные или воображаемые различия возводятся в главное качество и превращаются во враждебную психологическую установку по отношению к конкурирующей этнической группе; установку, которая разобщает народы и психологически, а затем и теоретически, обосновывает политику дискриминации. Это и есть этническое предубеждение. На предубеждениях основаны этнонациональные стереотипы. Потому все они имеют негативный характер. Это тоже аксиома.

### **Тема 3 Формы существования стереотипов**

- 1 Самореализующиеся установки и национальные стереотипы.
- 2 Механизмы передачи национальных стереотипов.
- 3 База существования национальных стереотипов.
- 4 Национальные стереотипы в литературе, кинематографе, средствах массовой информации.

#### **1 Самореализующиеся установки и национальные стереотипы.**

Любому акту человеческой деятельности предшествует то, что психологи называют «установкой» (состояние готовности к событию, тенденция к деятельности, способной удовлетворить какие-то потребности человека). В отличие от мотива, т. е. сознательного побуждения, установка произвольна и не осознается самим субъектом. Но именно она определяет его отношение к объекту и способ его восприятия. В системе установок, незаметно для самого человека, аккумулируется его предшествующий жизненный опыт, настроения социальной среды, к которой он принадлежит.

Подобные установки существуют и в общественной психологии, в сфере человеческих взаимоотношений, в том числе и межнациональных. Сталкиваясь с человеком, принадлежащим к определённой нации, мы заранее ожидаем от него определённого же поведения и оцениваем этого человека по тому, насколько он соответствует (или не соответствует) этому эталону. Предвзятое, т. е. не основанное на свежей, непосредственной оценке каждого явления, а выведенное из стандартизованных суждений и ожиданий мнение о свойствах людей и явлений психологи называют стереотипом. Иначе говоря, стереотипизирование состоит в том, что сложное индивидуальное явление механически подводится под простую общую формулу или образ, характеризующие (правильно или ложно) класс таких явлений.

Стереотипы являются неотъемлемым элементом обыденного сознания. Ни один человек не в состоянии самостоятельно, творчески реагировать на все встречающиеся ему в жизни ситуации. Стереотип, аккумулирующий некий стандартизованный коллективный опыт и внушенный индивиду в процессе обучения и общения с другими, помогает ему ориентироваться в жизни и определённым образом направляет его поведение. Суть национального стереотипа состоит в том, что он выражает отношение, установку одной этнонациональной группы к другой.

Каждая этническая группа (племя, народность, нация, любая группа людей, связанная общностью происхождения и отличающаяся определёнными чертами от других человеческих групп) обладает своим групповым самосознанием, которое фиксирует её специфические черты – не только действительные, но и воображаемые. Любая этнонациональная группа интуитивно ассоциируется с тем или иным образом. В основе этого образа будут лежать отличительные признаки, выделяющие эту группу из числа остальных и её характеризующие. Если эти действительные или воображаемые признаки просто отмечаются – это нормально, но когда они возводятся в главное качество и превращаются во враждебную психологическую установку по отношению к данной группе, возникает проблема.

Предубеждение – это негативная, неблагоприятная установка к группе или её индивидуальным членам, которая характеризуется стереотипными убеждениями и вытекает больше из внутренних процессов своего носителя, чем из фактической проверки свойств группы, о которой идёт речь.

Такая установка обладает большой устойчивостью и очень плохо поддается изменению под влиянием рациональных доводов.

Негативная установка программирует человека на определённые отношения к представителям иных (чужих) этнонациональных групп, и даже на определённые действия (если она не просто негативная, а враждебная). Таким образом установка начинает самореализовываться. Для появления самореализующейся установки необходимо пройти буквально 3 этапа:

- познающий формирует в себе ошибочные ожидания;
- эти ожидания влияют на то, как познающие рассматривают познаваемую личность;
- познаваемые личности реагируют на это объяснение поведением, которое оправдывает (подтверждает) ожидания.

Таким образом, именно благодаря самореализующимся установкам первоначально ошибочные убеждения становятся объективно правдоподобными. Стереотипы могут быть первоначально даже фальшивыми, но реализовавшие себя

установки делают их правдоподобными, а люди, имевшие “на вооружении” такие установки, могут затем указывать на “доказательства”, которые “подтверждают” точность их стереотипов.

В дальнейшем, теоретически, полученные таким способом убеждения, первоначально являвшиеся ошибочными, могут удерживаться бесконечно. На практике существует тесная связь между самореализующимися установками и этническим неравенством.

## **2 Механизмы передачи национальных стереотипов.**

Хотя стереотипы могут принимать очень разные формы – вербальные и невербальные, язык является наиважнейшим средством их дефинирования, коммуникации и оценки. Некоторые авторы даже говорят об естественной связи между стереотипами и языком, которая основана на том, что не существует стереотипов лингвистических. Даже те учёные, которые не разделяют такого радикального взгляда, соглашаются полностью, что стереотипные убеждения передаются в общении, учебниках или масс медиа и что именно язык является основным инструментом передачи предубеждений как на межличностном уровне, так и от одного поколения к другому.

Таким образом, первая и наиболее функция языка – передача общекультурных стереотипов. Поскольку язык является общим для представителей одной культуры, то он является идеальным средством собирательного определения и сохранения стереотипных убеждений.

Процесс передачи стереотипов через язык может быть проанализирован на разных уровнях. На наиболее общем уровне свойственные той или иной культуре убеждения включаются в словарный запас её языка. Ребёнок, растущий какое-то время в рамках определённой культуры, осваивает словарь, который отражает присущие ей стереотипные убеждения. Словарь любого из языков содержит характеристики, касающиеся отдельных этнонациональных групп, которые «приписываются» и передаются автоматически в процессе обучения языку.

Хотя словарь несёт в себе много интересных данных, связанных со стереотипами, он не даёт информации о частоте их употребления и контексте, в котором они употребляются. Чтобы понять процесс передачи стереотипов посредством языка в конкретных ситуациях, надлежит проанализировать высказывания на уровне массовых и межличностных коммуникаций, относящиеся к разным этнонациональным группам.

Если идёт речь о массовых коммуникациях, аналитики убедительно высказываются в защиту гипотезы, что люди приобретают и передают стереотипы через словесные коммуникации.

В межличностных коммуникациях (например, на уровне интеракция родитель – ребёнок или учитель – ученик) в процессе передачи стереотипов (как и в массовых коммуникациях) используются как вербальные, так и невербальные инструменты. Дети могут, например, негативно относиться к неграм, евреям или цыганам, когда обнаруживают, что их родители избегают контактов с представителями этих расовых и национальных групп, или когда слышат, когда родители называют их уничижительными или оскорбительными словами. Обнаружение каких-то особенностей поведения или негативных невербальных указаний в поступках

родителей может быть достаточным для того, чтобы дети усвоили, что определённые категории людей воспринимаются как менее ценные и достойные.

Невербальное поведение может давать много информации об общей оценке данных категорий людей, а также о том, какая реакция будет в контактах с их представителями оптимальной. Зато вербальные ярлыки, такие, например, как описание отдельных черт, дают особую информацию о том, какие черты ассоциируются с данными категориями людей. Однако конкретное содержание стереотипа (стереотипов) может передаваться только с помощью словесного языка.

Язык выполняет также важную функцию упорядочивания, даёт ключевые термины, вокруг которых систематизируется информация. Эту функцию языка подчёркивают как филологи, так и психологи. В соответствии с гипотезой языкового релятивизма (связи между языком и мыслью), язык и его словарь оформляет наш мыслительный процесс, даёт конкретный ассортимент познавательных схем.

В отношении людей, принадлежащих к дискриминируемым группам, используются, как правило, оскорбительные этнические ярлыки. Чаще всего они употребляются в контактах с членами собственной группы. Услышав оскорбительные характеристики кого-либо, человек автоматически активирует негативные чувства и убеждения, связанные с данной группой, причём это касается даже людей образованных, ратующих за национальную и расовую эгалитарность.

Стереотипы передаются и приобретаются в готовом виде. Первым и наимоощнейшим источником информации о других общественных группах являются семья и родственники. Однако огромную роль играют также ровесники и другие члены социального окружения. Все участники процесса передачи стереотипов не должны этого делать специально и напрямую, хотя часто это делают. Ребёнок приобретает стереотипы через наблюдение и подражание – он слышит оскорбительные слова в адрес отдельных групп, анекдоты, которые вызывают смех, объяснения людей, которым он доверяет, того, почему дискриминированные группы «заслуживают» свою судьбу. Такие «лекции» западают в память. Уже в возрасте 5 лет у большинства детей начинают развиваться отчётливые расовые убеждения, которые в большой степени напоминают взгляды их родственников.

Родители и родственники выполняют главную роль в передаче стереотипов примерно до перехода детей в 3-й класс. С этого времени начинает доминировать влияние со стороны ровесников, которое огромную роль играет в среде пяти- и шестиклассников. Далее наблюдается постепенный рост степени их независимости, как от влияния родственников, так и от влияния ровесников. Эти изменения часто сочетаются с эволюцией от высокой оценки собственной группы у семи- и девятиклассников к растущему этноцентризму, по крайней мере, у большинства.

Процесс приобретения негативных стереотипов усиливается в условиях сильного давления на соблюдение принятых в обществе норм. Например, ситуация межнационального конфликта требует от членов конфликтующих групп лояльности, солидарности и жёсткого соблюдения групповых норм. В таких обстоятельствах катализируется процесс формирования стереотипа враждебной группы. Как правило, пробуждается тот стереотип, который уже является частью национального мировосприятия, и который в неактивном состоянии находился на обыденном уровне массового сознания представителей одной этнонациональной группы, и

модернизируется за счёт актуального фактического материала, полностью осовремениваясь.

### **3 База существования национальных стереотипов.**

Стереотипы, как правило, являются отражением общественных норм – общепринятых способов мышления, ощущения и сохранения всего того, что люди, принадлежащие к данной группе, согласны признавать правильным и настоящим. С этой точки зрения освоение стереотипов можно трактовать как конформизм в отношении принятых общественных норм.

Базой существования национальных стереотипов является обыденный уровень общественного сознания. Стереотипы, которые являются «суждениями, взятыми с потолка» (эрзацем знания) и которым свойственна иррациональность, находятся там закономерно.

Столкнувшись с фактом иррациональности этнических предубеждений, многие учёные пытались объяснить их чисто психологически, особенностями индивидуальной психологии, неспособностью человека рационально осмыслить собственную жизнь. Такова, например, знаменитая теория «козла отпущения», или, выражаясь научным языком, теория фрустрации-агрессии.

Психологическая сторона её очень проста. Когда какое-то стремление человека не получает удовлетворения, блокируется, это создает в человеческой психике состояние напряженности, раздражения – фрустрации. Фрустрация ищет какой-то разрядки и часто находит её в акте агрессии, причём объектом этой агрессии может быть практически любой объект, вовсе не связанный с источником самой напряжённости. Чаще всего это кто-то слабый, не могущий постоять за себя. Речь идёт об общеизвестном механизме вымещения.

Такой же механизм срабатывает и в общественной психологии. Когда у народа, общества в целом возникают какие-то непреодолимые трудности, люди бессознательно ищут, на ком их выместить. Чаще всего таким “козлом отпущения” оказывается какая-то расовая или национальная группа. Недаром, как свидетельствует история, проблемы, связанные с национальными меньшинствами, особенно обостряются в периоды, когда общество переживает кризис.

Однако теория вымещения весьма односторонняя. Во-первых, фрустрация не всегда ведёт к агрессии, она может также вызвать состояние подавленности, или гнев против самого себя, или наконец борьбу с действительным источником трудностей. Во-вторых, эта теория не отвечает на вопрос, почему берётся один, а не другой “козёл отпущения”.

Исследования показывают, что люди выбирают в качестве “козла отпущения” не первый попавшийся объект, а тех, к кому они и раньше были настроены наиболее враждебно. Стереотипы же подсказывают такого кандидата (или кандидатов). Следовательно, механизм вымещения объясняет лишь некоторые стороны действия предубеждения, но не его происхождение. Чтобы выяснить происхождение предубеждения, нужно исследовать социальную среду, продуктом которой является предубежденный человек с его “перевёрнутой” психикой. А точнее – обыденный уровень массового сознания, на котором закрепляются и благополучно существуют стереотипы и предубеждения. Как ни существенны индивидуально-психологические процессы, ключ к пониманию природы этнических предубеждений лежит не в них, а



в истории общества и структуре общественного сознания. Предубеждения иррациональны не в том смысле, что их носители психически ненормальны, а в том, что выраженные в этнических стереотипах групповые интересы и пристрастия не имеют всеобщего значения. Расшифровка их – дело истории и социологии.

#### **4 Национальные стереотипы в литературе, кинематографе, средствах массовой информации.**

В литературных произведениях разных эпох и разных народов можно без труда встретить этнонациональные стереотипы и предубеждения. Литература всегда выполняла в обществе дидактическую функцию. Она приобщала читателя, прежде всего, к национальной культуре, а потом уж, опосредованно через национальную, к культуре общечеловеческой.

Литература не только строилась на использовании стереотипов (заимствуя последние, например, из фольклора), но и сыграла большую роль в их развитии и, конечно же, популяризации. Особенно это касается художественной литературы развлекательного жанра, публицистики, периодики. Именно в периодической литературе в конце XVIII в. – XIX в. начинает развиваться такой жанр изобразительного искусства, как карикатура. Художники, специализирующиеся в этом жанре, стали проявлять живой интерес к проблематике национальных стереотипов. Их стараниями становится весьма популярной политическая карикатура, особенно в периоды военных конфликтов. Образ врага, имевший ранее только лишь словесную форму, теперь обретал и графические очертания, в которых без труда угадывалось его национальное происхождение.

Если даже содержание национальных стереотипов не передавалось непосредственно, образы инонациональных групп, появляющиеся в литературных произведениях и периодической печати, содействовали распространению искажённой информации.

Этнонациональные стереотипы выполняют не только коммуникативную (помогают опознать «своего» среди «чужих» и «чужого» среди «своих»), охранную (этномобилизация) и познавательную (в условиях отсутствия научного знания или его недостаточности, предоставляет информацию, это знание заменяющую) функции, но и функцию манипулирующую. Манипулирующая функция этнических стереотипов заключается в том, что при определённых условиях они могут выступать в качестве орудия ментального воздействия на массы в идеологических и политических целях. Функцию основного передатчика стереотипов в данном случае выполняют масс медиа. Огромную роль в поставках «сырья» для конструирования стереотипов составляет одно из мощнейшее средств массовой информации – телевидение. По силе своего воздействия ныне оно уступает только интернету, который даёт невиданные возможности не только для поиска «сырья» для строительства стереотипов, но и для популяризации самих стереотипов.

#### **Список литературы:**

1 Macrae, C.N. Stereotypy i uprzedzenia: Najnowsze ujęcie / C.N. Macrae, Ch. Standor, M.Hewstone – Gdańsk: Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne, 1999. – 430 s.

- 2 Maison, D. Jak powstają stereotypy narodowe / D. Maison. – Warszawa: Oficyna Wydawnicza Wydziału Psychologii Uniwersytetu Warszawskiego, 1997. – 159 s.
- 3 Chlewiński Z. Stereotypy: struktura, funkcje, geneza. Analiza interdyscyplinarna / Z. Chlewiński // Stereotypy i uprzedzenia / Pod red. Z.Chlewińskiego, I. Kurcz. – Warszawa: Wydawnictwo Instytutu Psychologii PAN, 1992. – S. 7-28.
- 4 Wilska-Duszyńska, B. Rozważania o naturze stereotypów etnicznych / B. Wilska-Duszyńska. // Studia Socjologiczne. – 1971, № 3. – S.97-116.

РЕПОЗИТОРИЙ ГГУ ИМЕНИ Ф.СКОРИНЫ