

КАЗАХСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМЕНИ АЛЬ-ФАРАБИ

Стереотипы в теории межкультурной коммуникации

Лекция 7

Факультет Философии и политологии
«8D03102» - Культурология
2 курс Ph.D. Алибаева А.Н.

План Лекции 7

1. Понятие и сущность стереотипа.
2. Механизмы формирования и происхождения стереотипов.
3. Оппозиция: свой - чужой.
4. Функции стереотипов.
5. Виды стереотипов: автостереотипы, гетеростереотипы.
6. Роль стереотипов в межкультурной коммуникации.

Понятие и сущность стереотипа

- Взаимодействие между людьми не может не строиться на общепризнанных в соответствующей культуре образцах, не может протекать вне закономерностей социального восприятия.
- Встречаясь с представителями других народов и культур, люди обычно имеют естественную склонность воспринимать их поведение с позиций своей культуры.

Понятие и сущность стереотипа

- феномен «стереотип» рассматривается в работах социологов, психологов, философов, этнографов, когнитологов, лингвистов, этнопсихолингвистов
- Представители каждой из названных наук выделяют в стереотипе те его свойства, которые они замечают с позиций своей области исследования (выделяются социальные стереотипы, стереотипы общения, ментальные стереотипы, культурные стереотипы, этнокультурные стереотипы и т. д.)

Понятие и сущность стереотипа

- **ПСИХОЛОГИЯ**

стереотипы - обобщенные представления о группах людей, в частности, об их основополагающих психологических характеристиках или чертах личности

- **СОЦИОЛОГИЯ**

стереотипы проявляют себя как стереотипы мышления и поведения личности

- **ЭТНОПСИХОЛИНГВИСТИКА**

стереотипы - это стереотипные представления о целом народе, которые распространяются на каждого его представителя.

Понятие и сущность стереотипа

1922 год

«**Стереотипы** — это упорядоченные, схематичные, детерминированные культурой «картинки мира» в голове человека, которые экономят его усилия при восприятии сложных объектов мира.»

У. Липпман (*Walter Lippmann* 1889 - 1974)

Понятие и сущность стереотипа

в МКК

стереотипы - это упрощенные представления о людях, событиях, фактах и отношениях между ними и так далее, служащие когнитивными образцами для категоризации мира и помогающие человеку адаптироваться в мире и обществе

Понятие и сущность стереотипа

- В стереотипах обобщается социальный опыт в отношении не только других культур, но и своей собственной культуры
- Стереотипы отражают общественный опыт людей, общее и повторяющееся в их повседневной практике.
- Реальным носителем стереотипов является группа

Механизмы формирования и происхождения стереотипов

- Преломляя информацию об окружающем мире через механизм восприятия, люди естественно отдают предпочтение тому, что отвечает их внутренней логике, подтверждает устоявшиеся мнения и соответствует их ценностям и приоритетам.
- Стереотип возникает при обращении к прошлому жизненному опыту -- индивидуальному и групповому и зависит от предшествующего восприятия.

Механизмы формирования и происхождения стереотипов

Принцип «экономии мышления»:

Люди стремятся не реагировать на происходящие явления каждый раз со всей полнотой ощущений и переживаний, а подводят их под известные им категории.

Механизмы формирования и происхождения стереотипов

- Постоянно меняющийся мир перегружает человека новой информацией и психологически вынуждает его классифицировать эту информацию в наиболее удобные и привычные модели, которые получили название **стереотипов.**
- Отказ от стереотипов по-требовал бы от человека постоянного напряжения внимания

Механизмы формирования и происхождения стереотипов

Основная причина возникновения стереотипов – защитная реакция сознания на перегрузку мозга от постоянно увеличивающегося объема информации.

Стереотипизация поступающей информации выступает естественной формой защиты мозга от перегрузок, направленной на сохранение целостности и здоровья всего организма.

Механизмы формирования и происхождения стереотипов

пути усвоения стереотипов человеком

1. в процессе социализации и инкультурации
2. в процессе общения с теми людьми, с которыми чаще всего приходится сталкиваться -- родители, друзья, учителя и т.д.
3. через ограниченные личные контакты
4. через средства массовой информации

Механизмы формирования и происхождения стереотипов

причины их влияния СМИ на общественность

- Средства массовой информации являются источником авторитетного мнения (отсутствие критического мышления)
- Большое значение имеет статус источника информации. Даже если некоторые критически воспримут информацию от авторитетного источника, то она все равно закрепится в их сознании.
- Средства массовой информации обладают способностью как бы «снимать ответственность» за принятое решение. В результате у человека исчезает критическая оценка своего поведения.

Оппозиция: свой - чужой

Противопоставление **«мы — они»** характерно для всех эпох и стран:

- эллины и варвары,
- иудеи и необрезанные,
- китайцы (люди Срединного государства) и ху (варварская периферия, в том числе и русские),
- мусульмане и «неверные»;
- европейцы — католики в средние века (единство, называющееся «христианским миром») и нечестивые, в том числе греки и русские;
- «православные» (в ту же эпоху) и «нехристи», включая католиков;
- туареги и нетуареги,
- цыгане и все остальные

Оппозиция: свой - чужой

оппозиция «свой-чужой» осмысливается в категориях разноуровневых связей человека:

- кровно-родственных (свой — чужой род, семья),
- этнических (свое — чужое тема, народность, нация),
- языковых (родной — чужой язык, диалект, говор),
- конфессиональных (своя — чужая вера),
- социальных (свое-чужое общество, сословие, коллектив)

Оппозиция: свой - чужой

для формирования собственной идентичности необходимо пройти стадию ассоциации с внешним миром и только потом можно претендовать на организацию взаимодействующего «себя»

Оппозиция: свой - чужой

- Человек не просто приспосабливается к среде, как это свойственно всему живому, но сам создает свой собственный микрокосм.
- Он также способен не только «выйти» за пределы организованного мира в открытый, «неупорядоченный» мир и определить свое отношение к нему, но и «войти» в другие культурные миры, в «чужую» духовную жизнь, следовательно, принципиально способен познать чужие миры и культуры.

Оппозиция: свой - чужой

Границы между «своим» и «чужим» текучи, они изменяются как в пределах каждой эпохи, так и — тем более — в историческом процессе, что когда-то было противоборством «своего» — «чужого», сейчас органично сочетается.

Оппозиция: свой - чужой

- Расширение картины мира не сняло проблему «свой» — «чужой», а актуализировало ее на новый лад.
- Национальная идея, возникшая, наверное, параллельно идее «человечества», не требовала, во всяком случае, на первых порах, принижения одних другими, не утверждала превосходства одной нации над другой.

Оппозиция: свой - чужой

"Свой" — культурно значимый, как правило, позитивно заряженный фактор, существенный для первичной и вторичной социализации при распознавании культурной идентичности индивида на основании совокупности различных признаков: субъект социального восприятия признается как принадлежащий к той же культуре/субкультуре, что и субъект познания.

Оппозиция: свой - чужой

"Чужой" — культурно значимый, как правило, негативно заряженный фактор, существенный для первичной и вторичной социализации при распознавании культурной идентичности индивида на основании совокупности различных признаков: объект социальной перцепции опознается как не принадлежащий к культуре/субкультуре познающего субъекта.

Оппозиция: свой - чужой

"Другой" — объект социальной перцепции признается как не принадлежащий к культуре/субкультуре субъекта познания, однако интерпретируется как равноправная альтернатива "своему".

Присутствие Чужих в картине мира, противопоставление себя Чужим объективно способствует внутреннему сплочению и мобилизации группы любого рода.

Функции стереотипов

Задачи стереотипов

- объяснение человеческих поступков;
- предвидение различных форм поведения партнеров по коммуникации;
- формирование основ собственного поведения;
- защита традиций, обычаев, культуры собственной группы;
- обеспечение членов общества соответствующими эталонами поведения;
- стабилизация и интеграция отношений между социокультурными группами в обществе.

Функции стереотипов

- **Функция передачи относительно достоверной информации** основана на процессах «глобального» обобщения, происходящих при наблюдении неординарного, поведения и образа мыслей членов другой культурной группы путем упрощения и генерализации реальности, выделения наиболее характерных черт данной культуры

Функции стереотипов

- ***Ориентирующая функция*** заключается в том, что с помощью стереотипизации удастся создать упрощенную модель окружающего мира, позволяя дифференцировать людей по группам на основе стереотипных признаков и ожидать от них определенного поведения, таким образом упрощая сложность незнакомого культурного окружения.

Функции стереотипов

- ***Функция влияния на создание реальности*** заключается в том, что с помощью стереотипов удается четко разграничить свою и чужую этнические группы, что позволяет классифицировать поведение окружающих и дать объяснение его причин путем отнесения к уже известным явлениям, оценить чужую и свою группы и тем самым защитить традиции, взгляды, ценности своей группы.

Функции стереотипов

- Стереотип - порождение группового сознания, он адекватно может использоваться только при межгрупповых отношениях для быстрой ориентировки в ситуации и определения этнической или культурной принадлежности представителей различных групп.
- Ориентировка и определение происходят практически мгновенно -- по различным признакам групповой принадлежности срабатывает психологический механизм стереотипизации и актуализируется соответствующий стереотип.

Виды стереотипов

- **стереотипы-поведения** хранятся в сознании в виде **штампов**, диктующих определенное поведение
- **стереотипы-представления** - ментальная «картинка», хранятся в сознании в виде **клише**
 - стереотипы-ситуации (аист-капуста)
 - стереотипы-образы (пчела – труженица)

Виды стереотипов

- Социальные
- Психологические
- Этнические
- Культурные
- Политические

Виды стереотипов

этнический стереотип – это схематизированные и чрезвычайно устойчивые образы какой-либо этнической группы, легко распространяемые на всех её представителей, часто неточные и/или искажённые, хотя и содержащие зерно истины.

Виды стереотипов

Автостереотипы – это представление членов конкретной этнической группы о самих себе, как правило, представляют комплекс положительных оценок.

Гетеростереотипы – это образы представителей других этнических групп, сложившиеся в данной группе, могут быть как позитивные, так и негативные, в зависимости от исторического опыта взаимодействия данных народов.

Виды стереотипов

- относительно устойчивое ядро – комплекс представлений о внешнем облике представителей этого народа, о его историческом прошлом, особенностях образа жизни и трудовых навыках;
- ряд изменчивых суждений относительно коммуникативных и моральных качеств этого народа; изменчивость оценок этих качеств тесно связана с меняющейся ситуацией в отношениях межнациональных и межгосударственных.

Роль стереотипов в межкультурной коммуникации

- Стереотипы играют большую роль в восприятии, осмыслении и оценке окружающей реальности, прогнозировании событий и реакции на них.
- Наличие стереотипов, как правило, не рефлектируется сознанием: они воспринимаются как нечто объективное и редко подвергаются переосмыслению.
- «Такие “законсервированные” оценки принимаются и используются в повседневном речевом общении, даже при полном отсутствии конкретного личного опыта с представителями упомянутой национальности»

Роль стереотипов в межкультурной коммуникации

для успешной коммуникации желательно не только владение иностранным языком, но и знание культуры чужой страны с точки зрения истинности или ложности различных этнических и культурных стереотипов, крайне важных в реконструкции языковой картины мира как собственного, так и другого народа.

Роль стереотипов в межкультурной коммуникации

Стереотип приносит определенную пользу в следующих случаях:

1. если стереотип отражает групповые нормы и ценности, а не специфические качества, свойственные отдельно взятому индивиду;
2. если стереотип является описательным, а не оценочным;
3. если стереотип является лишь догадкой о группе, но не прямой информацией о ней;
4. если стереотип не является для индивида окончательным выводом, а верифицируется на основе дальнейших наблюдений и опыта общения с реальными людьми.

Роль стереотипов в межкультурной коммуникации

стереотипы могут препятствовать межкультурной коммуникации

1. За стереотипами не удастся выявить индивидуальные особенности людей.
2. Очень часто стереотипы основываются на полуправде и искажениях

Роль стереотипов в межкультурной коммуникации

В ситуации межкультурной коммуникации важно уметь эффективно обходиться со стереотипами, осознавать их и уметь от них отказываться, если они не соответствуют реальной действительности.