

## ЭТНИЧЕСКИЙ СТЕРЕОТИП КАК ФЕНОМЕН КУЛЬТУРЫ

*И. П. Шевелева*

*Таврический национальный университет им. В. И. Вернадского*

В данной работе проведен анализ сущности этнических стереотипов, их места и роли в культуре этноса. Особое внимание уделено этническим стереотипам поведения, которые являются наиболее консервативными и устойчивыми элементами этнической культуры.

**Ключевые слова:** этнический стереотип, этнос, система этнических представлений, автостереотип, гетеростереотип, межэтническое общение

У статті здійснений аналіз поняття етнічних стереотипів, їх місця та впливу на етнічну культуру. Особлива увага звернена на стереотипи поведінки, які вважаються найбільш консервативними і стійкими явищами культури етнічної спільноти.

**Ключові слова:** етнічний стереотип, етнос, система етнічних уявлень, автостереотип, гетеростереотип, міжетнічне спілкування

The essence of ethnic stereotypes, their influence and role in the culture of ethnic groups are analyzed in the article. Ethnic stereotypes of conduct which are considered to be the most conservative and stable are viewed more closely.

**Key words:** ethnic stereotypes, system of ethnic expression, avtostereotypes, geterostereotypes, interethnic communication

Этнический стереотип, этнос, система этнических представлений, автостереотип, гетеростереотип, иерархия ценностей, межэтническое общение.

Явление стереотипа относится к сфере междисциплинарных исследований, так как особенности формирования и функционирования стереотипов служат основой для их подразделения на классовые, идеологические, мировоззренческие, психологические, индивидуальные, массовые и др. Одним из проявлений этих разновидностей является этнический стереотип. В среде отечественных и зарубежных ученых, занимающихся разработкой данной проблемы, не существует единства мнений относительно дефиниции данного явления.

Изначально значение термина «стереотип» наглядно раскрывается в этимологии слова: стерео- твердый и типос- отпечаток. Впервые термин «социальный стереотип» ввел в употребление американский обществовед Уильям Липпманн в 1922 г. при анализе влияния знания о предмете на его оценку и восприятие при непосредственном контакте. В работе «Общественное мнение» он определяет стереотип как «упорядоченные, схематичные, детерминированные культурой «картинки» мира в «голове» человека, которые экономят его усилия при восприятии сложных социальных объектов и защищают его ценности, позиции и права»[1,с.11]. Он рассматривает стереотип как явление, характерное для обыденного сознания и «основанное на стремлении человека свести разнообразие мира к немногим определенным категориям и тем самым облегчить себе восприятие, понимание и оценку явлений»[1,с.14-15].

Переходя от общего явления (социальные стереотипы) к более частному (этнические стереотипы), нужно указать, что В.П. Трусов и А.С. Филиппов определяют этнические стереотипы так: это «обобщения о представителях различных этнических групп, характеризующиеся повышенной эмоциональной устойчивостью, но не всегда адекватно отражающие реальные черты стереотипизируемой группы. Причина образования стереотипов состоит в необходимости использовать в повседневном мышлении принцип «экономии усилий» для «овладения» большим количеством информации при одновременном стремлении к защите групповых ценностей»[2,с.18].

При определении этнического стереотипа Ю.В. Бромлей использует понятие обыденного сознания, отмечая, что оно обладает этнической спецификой. «Это прежде всего относится к так называемым «значениям»-стереотипам, фиксирующим типичные для членов этноса понятия, знания, умения, нормы поведения. Представляя «пограничную» зону общественного знания (на его обыденном уровне) и бытовой культуры, эти стереотипы выполняют важную функцию в воссоздании характерных для каждого этноса свойств»[3, с.71].

Изучению проблемы функционирования этностереотипов в общественном и индивидуальном сознании посвящены труды Б.С. Ерасова и И.С. Кона, анализ функционирования этнических стереотипов в духовной культуре в качестве стереотипов поведения и общения проведен этнографом А.К. Байбуриным. По мнению А.К. Байбурина, этнические стереотипы являются неотъемлемой частью

общественного сознания и самосознания представителей этноса, проявляются в условиях контакта с представителями других этносов и выполняют защитную функцию по отношению к своеобразию духовной культуры. Этнические стереотипы поведения закрепляют в сознании культурные традиции и привычки, характеризующие моноэтническую среду. Для подрастающего поколения этностереотипы выступают в качестве средства скорейшего приобретения жизненного опыта, накладываясь на тот мир, который старшее поколение воскрешает в своей памяти посредством воспроизведения культурного наследия этноса. Благодаря этническим стереотипам, происходит сокращение восприятия в сознании, закрепляется как положительный, так и отрицательный опыт людей, чем объясняется их схематичность, односторонность и категоричность»[4,с.36-46].

Д. Катц и К. Брейли утверждали: «стереотип – это устойчивое впечатление, которое лишь в малой степени соответствует фактам, которые оно пытается представить»[5,с.181].

Этнические стереотипы являются инструментами передачи от поколения к поколению социального и нравственного опыта этноса, включая правила поведения, обычаи, ритуалы, нормы и ценности. Система этнических стереотипов отражает определенные модели поведения, привычные для индивида механизмы действий, базирующиеся на том, как жили и поступали предки. Большинство философских и этносоциологических подходов к проблеме стереотипов исходят из того, что в основе их формирования лежат системы этнических представлений. Этнические представления, возникающие на базе традиционных суждений, бытующих в общественном сознании этноса, являются продуктом социокультурной среды. Как наиболее устойчивые, обобщенные и эмоционально насыщенные образы-представления этнических групп этнические стереотипы складываются в практике межэтнических отношений, выступая одним из регуляторов межэтнического восприятия и поведения.

Важными признаками этностереотипов являются:

- образность, схематичность, упрощенность;
- целостность, ярко выраженная оценочная и ценностная окраска: отношение к другому в виде симпатии или антипатии, которое определяет поведение при контакте с иной этнической группой;
- символичность, иллюзорность, нагруженность «ошибочным компонентом»;
- субъективность.

Схематичность и упрощенность этнических стереотипов обусловлена тем, что, обобщая во многом похожие общественно-культурные явления, они соединяют их в единую категорию, сокращая до предельного минимума количество отличительных черт, которые характеризуют данное явление. Это связано с естественной потребностью человека классифицировать поступающую извне информацию, выделяя наиболее существенные и яркие признаки, с целью упрощения процесса усвоения и оперирования полученными знаниями.

Этнические стереотипы в определенной степени категоричны, они делят мир на две противоположные категории: знакомое и незнакомое. При этом знакомое воспринимается как нечто положительное, незнакомое – как враждебное и потому негативное. Таким образом, этностереотип содержит в себе как положительный, так и отрицательный (негативный) оценочный компонент.

По своей природе этнический стереотип не может отвечать требованиям, предъявляемым истине, так как он обобщает схожие явления посредством сокращения их характеристик и нивелировки различий. При этом происходит искажение реальной действительности и утрата специфики каждого из отдельных явлений.

Этнические стереотипы формируются не на основе личного опыта, а заимствуются у той этнической группы, к которой принадлежит человек. При этом в большинстве случаев не подвергается обсуждению степень его соответствия истине, так как стереотип является отражением оценки явления этносом, и человек, в стремлении соответствовать установкам группы, строит стратегию своего поведения, исходя из той оценки, которую дает явлению общность.

Исходя из вышеперечисленных характеристик, этностереотипы можно рассматривать как представления, сформированные в этническом самосознании, схематично и выразительно передающие образ того или иного явления и определяющие его место в иерархии ценностей, присущей данной этнической группе.

В сознании человека прочно закрепилась привычка придавать той или иной этнической группе какие-либо характерные черты, приписывать определенные качества: хитрость, агрессивность, общительность, наивность, подлость и др., что часто становится основой для различного рода поговорок и анекдотов. Среди причин, объясняющих повседневную распространенность этнических

стереотипов, следует упомянуть готовность характеризовать большие этнические группы недифференцированными и пристрастными признаками, причем такая категоризация остается устойчивой в течение длительного периода времени. Однако было бы неверно утверждать, что данный этнос обладает лишь для него характерными чертами. Каждая этническая группа обладает всем спектром «характерологических качеств», особенность заключается в степени их проявления. Стереотипный образ включает в себя наиболее яркие, экзотичные и непривычные черты, которые удалось выделить при знакомстве с явлением. Это порождает упрощенные схемы, помогающие индивиду ориентироваться в социальном пространстве, идентифицировать себя с этнической общностью и установить определенные взаимоотношения с иноэтничными группами.

Источником стереотипа об ином этносе может быть либо мимолетный контакт, либо информация, полученная из СМИ, литературы (вторичные источники), зафиксированная в сознании этноса. По мнению А.К. Байбурина, «механизм стереотипизации основан, во-первых, на хранении, передаче и аккумуляции социокультурной информации, во-вторых, на отборе наиболее значимых фрагментов в условиях постоянного обновления. Существенное влияние на формирование стереотипа оказывает операция сравнения, сопоставления себя с другим объектом, определение того, насколько свойства собственного этноса отличаются от другого. Стереотипизация наиболее значимой информации позволяет не только осуществлять отбор, но и сохранять ее рабочий объем»[5, с. 9-10].

Каждому этносу свойственны определенные достоинства и недостатки, которые могут по-разному трактоваться другими этническими группами. В содержании этнических стереотипов могут присутствовать предписания к действию в отношении представителей данного этноса. Этнические стереотипы принято подразделять на автостереотипы (этнические стереотипы о себе) и гетеростереотипы (этнические стереотипы о других). Автостереотипы – это набор представлений, оценок и суждений этнической общности о самой себе. Информация о своем прошлом, языке и культуре находит отражение в легендах, художественных произведениях, а также в прессе. Как правило, по отношению к собственной этнической группе формируются положительные характеристики и чувства; наблюдается тенденция если не к преувеличению значения достижений и исторической роли своего этноса, то, по крайней мере, к акцентированию внимания на событиях и качествах, характеризующих этнос с лучшей, героической стороны, и предания забвению тех, которые в какой-либо мере дискредитируют этнос. Гетеростереотипы, т.е. оценочные суждения о других этносах, могут быть положительными или отрицательными в зависимости от исторического и личного опыта взаимодействия данных этносов.

Нужно отметить, что у всех отношений стереотипизации поведения существует единая основа. Даже определяя другую этническую группу, этнос по принципу бинарной оппозиции имеет в виду самого себя, свои собственные характеристики, свои «границы в поведенческом континууме». Если «они» – бездельники, то «мы» – почти наверняка трудолюбивые, если «они» – подлые, то «мы» – скорее всего честные и т.д.

Этнические стереотипы, функционирующие в общественном и индивидуальном сознании, имеют разный механизм возникновения, закрепления и проявления, в соответствии с которым их можно разделить на две группы. По свидетельству С.В. Гладких, первая группа стереотипов (этнические стереотипы поведения) формировались на протяжении многих столетий; они перешли в ранг мифологизированных и являются устойчивыми, не поддающимися культурным изменениям (например, этностереотипы Лаоса, Тайваня, Японии). Вторая группа стереотипов (этнические стереотипы мышления) формируется стихийно в процессе межкультурной коммуникации, этнических столкновений, с помощью средств массовой коммуникации; они являются подвижными, изменчивым [6, с.59-60]. Стереотипы первой группы выработаны и проверены на практике не одним поколением предков, представляют собой жестко фиксированные образования, не подвергающиеся влиянию внешних воздействий. Те привычки, модели поведения, характерные реакции и взгляды, которые были усвоены в детстве, являются основой для формирования этнических стереотипов поведения, которые потом проявляются в предпочтениях, начиная от приема пищи и заканчивая отношением к другому этносу.

Вторая группа стереотипов формируется под воздействием культурных, политических и экономических факторов, характеризующих условия бытования этнической группы. Те этнические стереотипы, которые навязываются индивиду средствами массовой информации, с целью воздействия на этнос (к примеру, в ситуации этнического конфликта СМИ по политическому заказу пытаются создать негативный стереотип одной из сторон), весьма изменчивы и динамичны. Любой этнический стереотип является продуктом исторического развития, социальной орга-

низации и экономических условий. Этнические стереотипы поведения (стереотипы первой группы) восходят к временам глубокой древности, когда географические и экономические условия породили стереотипы, характерные только для этой этнической группы (или в меньшей степени присущие другим этносам). Множество стереотипов второй группы являются негативными, что можно объяснить либо неблагоприятным исходом взаимодействия, либо влиянием информации, навязываемой в идеологических целях. Наличие негативных стереотипов имеет как положительную, так и отрицательную стороны. Первая заключается в сохранении духовной культуры этносов, вторая – в том, что этнические стереотипы выступают в качестве барьера в ситуации межэтнического общения, значительно уменьшают вероятность успешного исхода коммуникации, способствуют возникновению конфликтов.

Этнические стереотипы выполняют ряд важных функций, без которых не могут быть поняты многие константы социальных отношений. К функциям стереотипизации относятся:

1. Объяснение существующих отношений, классификация и упорядочение социокультурной информации;
2. Аккумуляция и передача культурно-исторического опыта, выработка моделей поведения и стандартов;
3. Защита групповых ценностей.

Формируясь в зоне этнокультурных контактов на основе представлений о воображаемых и истинных характеристиках своего и другого этноса, стереотипы закрепляются на подсознательном уровне в качестве не подлежащего сомнению императива. Стереотипы выступают в качестве посредника в ситуации контакта представителей различных этносов, так как, вооруженные определенным набором стереотипов, этнические группы имеют возможность прогнозировать возможную реакцию участников общения на ту или иную ситуацию или явление и смоделировать процесс общения в соответствии с преследуемой целью.

Существенным является тот факт, что стереотипы усваиваются подрастающим поколением в детстве, задолго до возникновения ясного представления о тех группах, к которым они относятся. В системе социализации в каждой этнической культуре приобщающемуся к ценностям, представлениям о взаимоотношениях и нормах поведения прежде всего внушается уважение к собственной этнической группе и только после этого – к иным этносам. В ситуации контактов культур привычные стереотипы поведения оказываются неприемлемыми и потому при низком уровне межкультурной компетенции негативные стереотипы могут не только не исчезнуть, но и перерасти в агрессию.

В настоящее время, в период экономической и политической нестабильности, на фоне утверждения этническими группами своей идентичности межкультурное общение порождает немало проблем. Восприятие другого этноса обычно идет через призму автостереотипов мышления и поведения, определяемых этнической принадлежностью. Культура межэтнического общения представляет собой не только систему стереотипов поведения в ситуации межэтнического контакта, но и культуру этноса в целом. Этнические стереотипы общения представляют собой один из способов существования и выражения своеобразной и уникальной этнической культуры этноса.

Подводя итоги анализа сущности и функционирования этнических стереотипов, исторических и социокультурных факторов их формирования, можно сделать вывод, что этнические стереотипы являются значимыми, привычными для индивида механизмами действий, установками, принятыми ценностями и действуют на уровне обыденного сознания. Этностереотипы достаточно устойчивы, проявляются на протяжении истории у представителей различных поколений как стабильная форма этнического поведения. Наряду с этим, этнические стереотипы изменяются соответственно условиям жизни этноса и иерархии ценностей, принятой на данном этапе исторического развития. Этнические стереотипы часто не соответствуют реальности и являются субъективными, что обусловлено избирательным подходом при формировании образа этноса, заключающемся в привлечении внимания к одним характеристикам и приуменьшении значения других. В настоящее время актуальность изучения функций и роли стереотипов диктуется необходимостью прогнозирования и разрешения различных социальных, культурных и политических конфликтов, возникающих в ситуации межэтнического контакта.

#### Литература:

1. Lippmann W. Public Opinion.– Toronto, 1965.
2. Трусов В.П., Филиппов А.С. Этнические стереотипы // Этническая психология: этнические процессы и образ жизни людей. – М., 1984.

3. Бромлей Ю.В. К вопросу о влиянии особенностей культурной среды на психику // Советская этнография. – 1983. – №3. – С.71.
4. Байбурин А.К. Этнические аспекты изучения стереотипных форм поведения и традиционных культур // Советская этнография. – 1985. – №2. – С.36-46.
5. Байбурин А.К. Некоторые вопросы этнографического изучения поведения // Этнические стереотипы поведения. – Л.:Наука,1985. – С.7-22.
6. Гладких С.В. Этнические стереотипы и проблемы межкультурного общения // Этнические проблемы современности: Сборник статей. – Вып.5. – Ставрополь,1999. – С.57-65.

Поступила в редакцию 2.12.2002

## ЖЕНЩИНЫ В РУССКОМ АНЕКДОТЕ

РАБОТА ВЫПОЛНЕНА ПРИ ПОДДЕРЖКЕ РГНФ (ГРАНТ 02-04-001880)

*Е. Я. Шмелева*

*Институт русского языка им. В. В. Виноградова*

Описывается статус женщины в русских анекдотах в сравнении со статусом женщины в анекдотах западноевропейских.

**Ключевые слова:** анекдот, семейные отношения, стереотип

Описано статус жінки в російських анекдотах порівняно із статусом жінки в анекдотах західноєвропейських.

**Ключові слова:** анекдот, сімейні стосунки, стереотип

The article compares women`s status in Russian jokes and women`s status in West-European

**Key words:** joke, famile relation, stereotype

Женщины являются героями русских анекдотов реже, чем мужчины. Конечно, женщина, *жена* – один из двух главных персонажей анекдотов о семейной жизни. Анекдоты о семейных отношениях представляют собой универсальный, не специфически русский или советский тип анекдотов. Однако, как мы уже отмечали в ряде статей (см., например, [1]), именно сравнение этих анекдотов показывает, что, совпадая в общих чертах, многие стереотипы поведения в семье, бытующие в российском (и ранее советском) обществе не совпадают со стереотипами других европейских народов. Так, постоянной темой как русских, так и западноевропейских “семейных” анекдотов являются финансовые отношения *мужа* и *жены*. И здесь очевидно различие. В русских анекдотах семейными деньгами распоряжается *жена*, она и сама зарабатывает деньги (причем часто больше мужа), и забирает зарплату у *мужа*. *Муж* давно смирился с таким положением дел, он только пытается отдать *жене* не все деньги (пропить, спрятать “заначку”). В анекдотах западноевропейских народов *жена* сидит дома, а *муж* зарабатывает деньги. При этом цель *жены* – добраться до его банковского счета, кредитной карты и пр., чтобы выпросить деньги на шубу, машину или бриллианты. Любопытно, что в последние годы некоторые, очевидно переводные, анекдоты с не свойственной русским анекдотам моделью финансовых отношений в семье рассказывают как анекдоты о женах “новых русских”. Как в русских, так и в анекдотах других народов в “семейных” анекдотах еще одним постоянным персонажем является *любовник жены*. *Любовник* в русских анекдотах в финансовом отношении ничуть не более самостоятелен, чем *муж*, и это не случайно: по-видимому, он отдает все деньги своей жене, поэтому у него нет денег на любовницу. Отличие русских и западноевропейских стереотипов, касающихся финансовых взаимоотношений *жены* и *любовника*, осознается носителями языка, что обыгрывается в известном анекдоте, как жена перед смертью сознается мужу в том, что у нее был любовник, причем на вопрос мужа: “А когда это было?” француженка отвечает: “Помнишь, когда у меня вдруг появилась норковая шуба?”, американка: “Помнишь, когда у меня появился новый Кадиллак?”, а русская: “Помнишь, когда у тебя пропала ондатровая шапка?”

Вообще мужчина в русских анекдотах мало что решает в семье, причем “злая” жена указывает ему его место, а “добрая” жена позволяет мужу пребывать в приятном заблуждении относительно своей роли в семье.

• Муж: “Кто в доме хозяин?” – Жена (с угрозой в голосе): “Что-о-о?” – Муж: “А что, и спросить нельзя?”