

Культурный стереотип

Понятие, особенности формирования и специфика проявления

Выполнили: Бублик Владислав, Колобов Александр

Понятие

Культурный стереотип - определенный образ мысли и восприятия, устойчивое воспроизведение определенных форм поведения. С одной стороны, культурный стереотип помогает индивиду ориентироваться в ситуациях, а с другой – закрепившаяся форма предубеждения играет негативную роль, мешает объективно оценить противоречия, возникающие в ходе развития общественных и межкультурных отношений.

В широком смысле культурный стереотип - часть мировоззрения человека. Он может рассматриваться как носитель коллективных представлений, как отпечаток властных отношений, как проявление имплицитных знаний.

Специфика проявления

По своему характеру стереотипы представляют собой чувственно окрашенные образы, аккумулирующие социальный и психологический опыт общения и взаимодействий индивидов. Имея такую природу, стереотипы обладают рядом качеств: целостностью, ценностной окраской, устойчивостью, консерватизмом, эмоциональностью, рациональностью.

Стереотипы жестко «встроены» в нашу систему ценностей, являются ее составной частью и обеспечивают своеобразную защиту наших позиций в обществе. По этой причине стереотипы используются в каждой межкультурной ситуации. Механизмы межкультурного восприятия приводят в действие избирательное применение норм и ценностей родной культуры. Представители другой группы при этом идентифицируются по таким признакам, как пол, этническая принадлежность, особенности речи, внешний облик, цвет кожи, брачные обычаи, религиозные убеждения и т.д.

Например, при общении с оживленно жестикулирующими во время разговора итальянцами у немцев, привыкших к другому стилю общения, может сложиться стереотип о «взбалмошности» и «неорганизованности» итальянцев. В свою очередь у итальянцев может сложиться стереотип о немцах как о «холодных» и «сдержанных».

В зависимости от способов и форм использования стереотипы могут быть полезны или вредны для коммуникации.

В ситуации межкультурных контактов стереотипы бывают, эффективны только тогда, когда они используются как первая и положительная догадка о человеке или ситуации, а не рассматриваются как единственно верная информация о них.

Стереотипы становятся неэффективными и затрудняют коммуникацию, когда, ориентируясь на них, ошибочно относят людей не к тем группам, некорректно описывают групповые нормы, когда смешивают стереотипы с описанием определенного индивида и когда не удастся модифицировать стереотипы, основанные на реальных наблюдениях и опыте. В таких случаях стереотипы могут стать серьезной помехой при межкультурных контактах.

Особенности формирования

В основе формирования этнического сознания и культуры в качестве регуляторов поведения человека выступают как врожденные, так и приобретаемые в процессе социализации факторы - культурные стереотипы, которые усваиваются с того момента, как только человек начинает идентифицировать себя с определенным этносом, определенной культурой и осознавать себя их элементом.

Стереотипы формируются благодаря способности человеческого сознания закреплять информацию об однородных явлениях, фактах и людях в виде устойчивых идеальных образований. Выделяя определенные внешние признаки предметов, сознание вызывает к жизни готовый стереотип, быстро «домысливая» в своем восприятии качественные характеристики объекта. В результате этого однородные объекты фиксируются в сознании в соответствующих представлениях, образах, оценках, посредством которых люди получают возможность обмениваться информацией, понимать друг друга, вырабатывать одинаковые ценностные установки.

Механизмы формирования стереотипов связаны с особенностями человеческого мышления и психики:

1. склонность делать умозаключения на основе собственного культурного опыта (например, мы считаем, что есть руками неприлично, а в арабских странах это в порядке вещей);

2. логические ошибки, ведущие к неверным выводам:

Все, кто много пьют - алкоголики. > Русские много пьют. > Все русские - алкоголики (правила логики соблюдены, но вывод не соответствует действительности);

3. приписывание личных характеристик одного носителя культуры всем ее представителям при ограниченных контактах и нехватки информации; Например, стереотипные представления о вежливости и худобе англичан, об эксцентричности итальянцев, легкомысленности французов или «загадочной славянской душе». Стереотипы часто эмоционально окрашены симпатиями и антипатиями, в зависимости от которых, одно и то же поведение получает разную оценку. Те черты, которые у своего народа рассматриваются как проявление ума, у другого народа считается проявлением хитрости.

4. многократное повторение одних и тех же установок - значение оседает на подкорке головного мозга, его восприятие происходит без участия сознания, автоматически (повторение стиха по одному разу в день в течение недели, а затем через день в течение трех недель позволяет запомнить его на всю жизнь);

5. в процессе социализации и инкультурации, «привычка» думать о других определенным образом мы «всасываем с молоком матери», нам их передают родственники и окружение (цыганам нельзя смотреть в глаза -- они воруют детей);

6. средства массовой информации. Для большинства людей пресса, радио и телевидение весьма авторитетны, а главное, вездесущи. Мнение средств массовой коммуникации

становится мнением людей, вытесняя из мышления их индивидуальные установки. Влияние средств массовой коммуникации сравнимо с массовым гипнозом.

7. стереотипы могут возникать через ограниченные личные контакты. Например, если нас на рынке обманул азербайджанский торговец, то мы можем заключить, что все азербайджанцы лживы. В этом случае мы приобретаем стереотип, исходя из ограниченной информации.

8. Еще одной причиной может являться защитная реакция сознания на перегрузку мозга от постоянно увеличивающегося объема информации (с целью сохранения целостности и здоровья всего организма).

Примеры

Культурные стереотипы являются определенного рода формой, которая представляет из себя некое мнение о поведении некоего множества субъектов: группы, этноса, культуры или общества. Такая их особенность неразрывно связана с процессом их формирования и их функциями. Так, мы можем столкнуться с проявлением культурного стереотипа выраженного в виде «барьера», в межкультурной коммуникации, например: стереотип о том, что все спортсмены не очень хороши в гуманитарных науках и думают только о спорте. Такое мнение, вовсе может выражаться в форме предрассудка, то есть враждебного стереотипа, предвзятое негативное мнение. Или если говорить о этнических (культурно-этнических) стереотипах, стереотип о том, что все евреи жадные и обманщики.



осуждаем

*

У многих иностранцев существует стереотип о «хмурых русских», которые не очень приветливы и не улыбаются. Существование такого стереотипа, сильно снижает стресс у иностранца во время его прибытия в «чужую» страну, поскольку если этот стереотип развеется, он будет чувствовать себя комфортней, а если подтвердится, он не испытает такого шока.



Одни из первых картинок в google, которые всплывают если ввести: «Russian man»

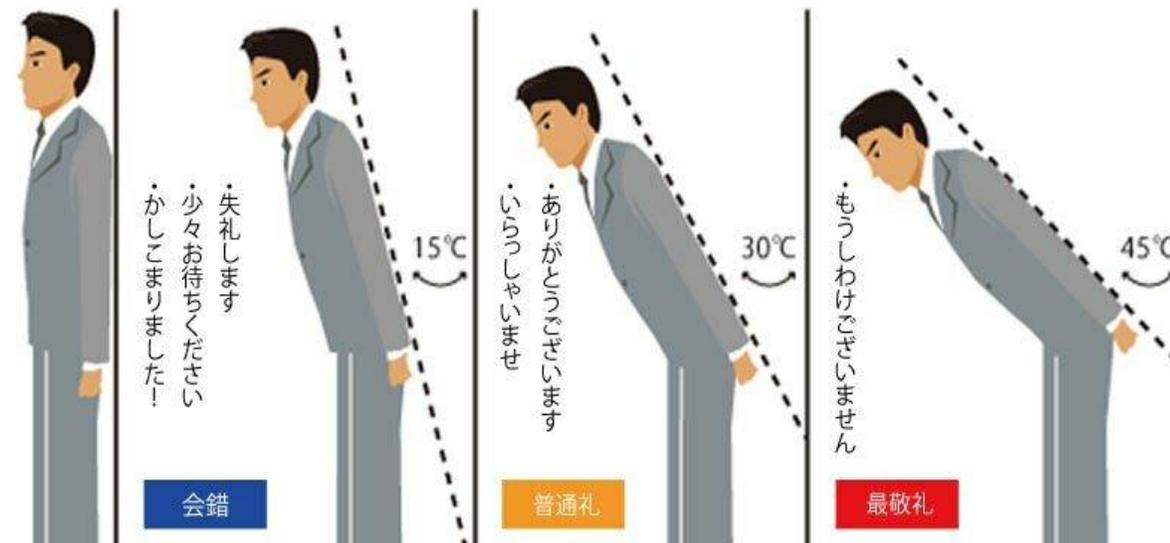
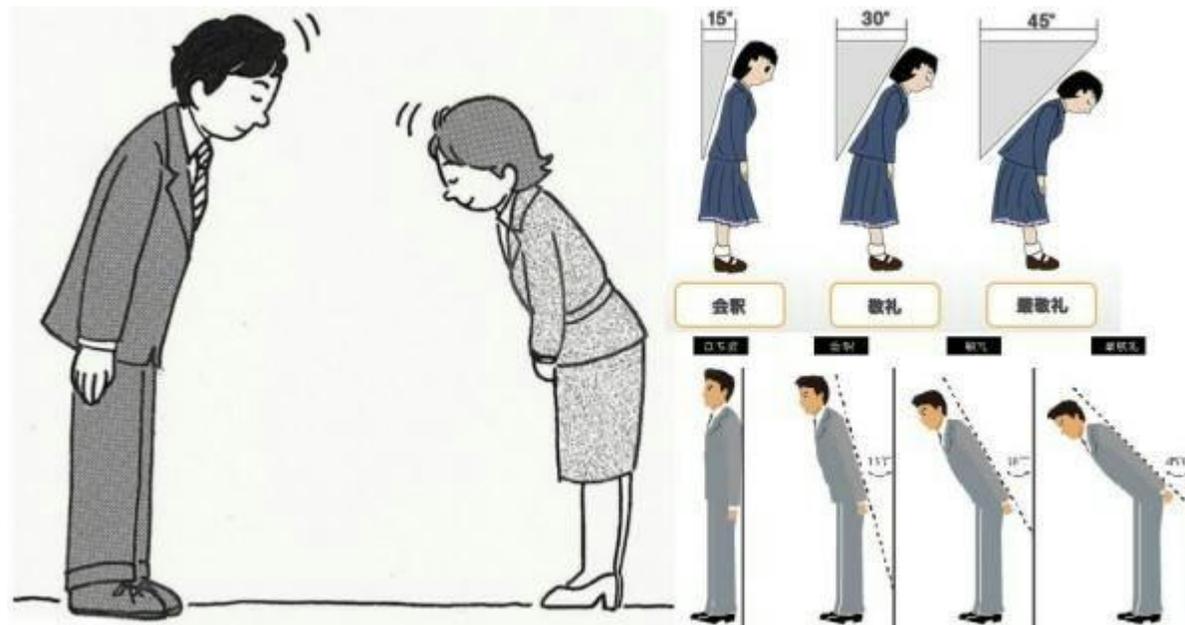
Очень распространены стереотипы о «безрассудности» русских людей, во многом эти стереотипы подтверждаются даже в русской литературе, например, фраза: «Какой русский не любит быстрой езды?», в поэме Гоголя «Мёртвые души».

Выражение стало крылатым из-за частого подтверждения данного стереотипа.

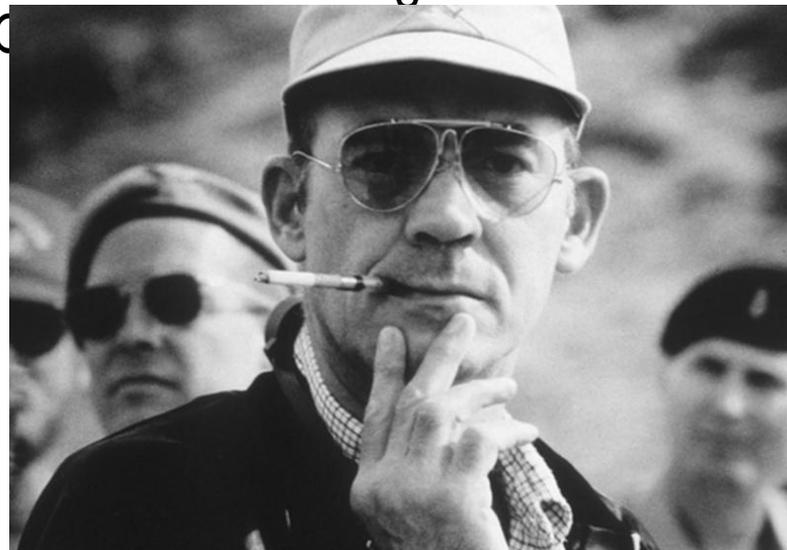
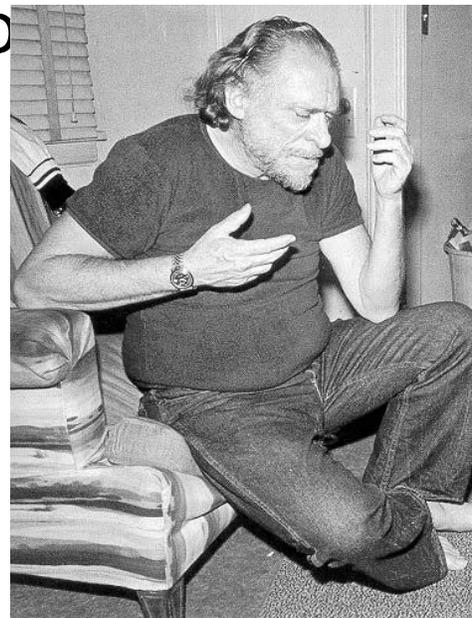


Хорошим примером межкультурных стереотипов могут послужить ритуалы приветствия в разных странах. Ритуал приветствия в зависимости от культуры будет отличаться по разным критериям: физический контакт (рукопожатие), дистанция, кто должен приветствовать первым, должно ли оформить приветствие какими-либо словами и жестукуляцией и т.д.

Или например, отношение к комплиментам, в Америке будет правильно с радостью принимать любые комплименты в свой адрес, в то время как Японии люди будут стараться вежливо откланяться от каждого слова, а немцы вероятнее всего прокомментируют все услышанные слова. Точно такая же ситуация обстоит и с реакцией на оказанную услугу, в Японии люди скорее всего будут извиняться за обращение, а в Германии люди будут благодарить.

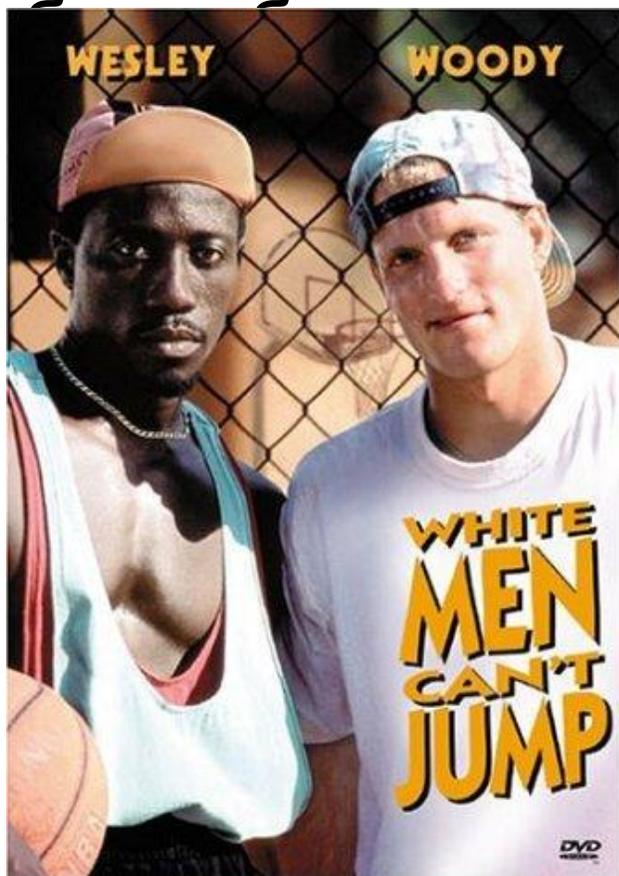


Распространён и стереотип о «творческих людях», очень часто встречается мнение, что творческий человек — это личность определенного типа, которая всё время витает в облаках, либо имеет какую-либо причуду (особенность), порою даже встречается такое выражение как «сумасшедший». Особенностью этого стереотипа (как и других), является то, что он частично подтверждённый множеством примеров известных личностей, отчего у людей и



Осуждаем, курение вредит вашему здоровью*

Можно вспомнить множество предрассудков, связанных с расовой принадлежностью в спорте, хорошим примером может послужить комедия, название которой прямо намекает на стереотип: «Белые люди не умеют прыгать», фильм демонстрирует стереотип о том, что все черные играют в чем белые.



Ярким примером также могут послужить и фильмы Гая Риччи, так, например, в своей культовой картине «Большой куш» британский режиссёр выстраивает целую сценарную линию на стереотипе о том, что все цыгане воруют. Также он ловко обыгрывает стереотип того, что русских невозможно убить и все русские носят на себе советскую символику, с помощью персонажа Борис Бритва, и точно также демонстрирует стереотип с группой черных молодых людей, которые не могут никак заработать денег кроме как грабежом и слушают только хип-хоп.





Спасибо за внимание