

МЕТОДИЧЕСКАЯ ТИПОЛОГИЯ СТЕРЕОТИПОВ КАК КОМПОНЕНТ СОДЕРЖАНИЯ ОБУЧЕНИЯ ИНОСТРАННЫМ ЯЗЫКАМ В ВУЗЕ

Н.В. Сорокина

Аннотация. Автор статьи выступает за интеграцию проблемы национальных стереотипов в содержание обучения иностранным языкам в вузе и представляет разработанную для этих целей типологию стереотипов. Рассматриваются различные виды стереотипов, выделенные по следующим критериям: по субъекту, объекту стереотипизации, по соотношению «свой» / «чужой», по механизмам и условиям формирования, по содержанию аффективного компонента и др.

Ключевые слова: классификация стереотипов; коллективные, индивидуальные, дедуктивные, индуктивные, интенциональные, спонтанные, истинные, ложные стереотипы; автостереотип; гетеростереотип; метастереотип; контрстереотип; предрассудок.

Обучение иностранным языкам на современном этапе должно быть направлено на подготовку студентов к эффективной межкультурной коммуникации, одним из важнейших факторов которой являются национальные (этнические) стереотипы. Они образуют исходную систему координат, в которой и протекает межкультурное общение.

Национальные стереотипы как устойчивые образы-представления одного народа о других (например, *немцы пунктуальны*) и о себе самом (например, *русские гостеприимны*) задействованы буквально на всех этапах этого общения и являются частью различных процессов межкультурного восприятия и взаимодействия. Стереотипы актуализируются в начале коммуникации или на этапе подготовки к ней, служат опорой для интерпретации поведения партнера по общению и выстраивания собственной линии поведения, используются в качестве шаблонов для оценки эффективности коммуникативного акта. Стереотипы могут существенно снизить эффективность межкультурного общения, спровоцировав недопонимание, завышенные ожидания, неверные интерпретации, неадекватные реакции, конфликты и даже полный отказ от коммуникации. Необходимо, однако, помнить, что стереотипы амбивалентны по своей природе, они могут также и вполне адекватно отражать особенности той или иной национально-культурной общности и помогать межкультурному коммуниканту ориентироваться в ситуации общения.

Несмотря на огромное значение стереотипов как фактора межкультурной коммуникации, им не уделяется достаточно внимания в образовательном процессе в вузе, и порою они остаются неосознанными

как для самого студента, так и для преподавателей и авторов учебников. Вышесказанное обуславливает необходимость включения проблемы национальных стереотипов в содержание обучения иностранным языкам с целью оптимизации влияния стереотипов на результаты межкультурной коммуникации.

Для решения проблемы стереотипов необходимо, прежде всего, преодолеть сложившееся у многих ученых и педагогов-практиков негативное отношение к стереотипу как феномену мышления. За девятистолетнюю историю исследования стереотипов даже сам термин «стереотип» приобрел негативные коннотации. Возможно, это связано с достаточно долгой практикой употребления слова на уровне обыденного общения, характеризующегося противопоставлением стереотипного мышления творческому. Другой возможной причиной может быть концентрация внимания исследователей исключительно на негативно заряженных, агрессивных, опасных предрассудках и стереотипах, сопровождающих ситуации этнической напряженности. Отрицательное отношение к стереотипу сохраняется в обществе и в научных кругах и по сей день, несмотря на попытки некоторых ученых изменить это положение и обратить внимание коллег на нейтральные и позитивные стороны данного феномена [1, 2].

Ю.Е. Прохоров считает, что «неоднозначность отношения к тому понятию стереотипа, которое утвердилось в обиходном сознании как исследователей, так и просто носителей языка» отчасти обусловила то состояние исследованности проблематики стереотипа, когда «не решены даже основные вопросы» [3. С. 7]. Ученый отмечает, в частности, следующее: «Стереотип рассматривается не как элемент языка и речи, не как стабилизирующий фактор, позволяющий, с одной стороны, хранить и транслировать некоторые доминантные составляющие данной культуры, а с другой – проявлять себя личности “как своего” для данной культуры и опознавать “своих”, а как нечто костное, застывшее – и потому прежде всего негативное» [Там же].

На достаточно косное мнение о стереотипе, распространенное в научных кругах, указывают и другие ученые. Так, например, П.Н. Шихирев констатирует: «Эпизодически проводившиеся исследования, в которых приводились и эмпирические данные, и теоретические аргументы против стереотипного мнения о стереотипе, не смогли поколебать закрепившийся за ним общепринятый смысл» [2. С. 267]. Эти примеры показывают, что и ученые, несмотря на их профессиональное стремление к непредвзятости, также подвержены влиянию стереотипов, что лишний раз указывает на всеобъемлющую природу данного феномена.

Что касается сферы обучения иностранным языкам, то немногочисленные попытки интеграции проблемы стереотипов в содержание

образования в предыдущие годы в основном были направлены на борьбу, искоренение, разрушение, преодоление, снятие стереотипов. Такая цель с точки зрения современной социально-психологической науки является нереалистичной и некорректной, поскольку противоречит самой природе феномена национального стереотипа и не учитывает его амбивалентности, наличия позитивных функций, естественности природы стереотипизации как неотъемлемой части мыслительных процессов человека и других важных факторов. У. Квастхофф отмечает, что «все функции стереотипов подобны двуликому Янусу. Каждая из этих функций, определяемая как когнитивная, аффективная или социальная, не только в определенной степени безобидна, но и необходима. Нормальная переработка информации, нормальная внутренне-психологическая стабилизация, нормальное социальное сосуществование, безусловно, не были бы возможны без стереотипов» [1. С. 38].

Таким образом, необходимо кардинальное изменение вектора педагогического исследования проблемы: не бороться со стереотипами, а учитывать их и использовать их конструктивные свойства и функции для повышения эффективности межкультурного общения.

Одной из важнейших характеристик стереотипов является их многообразие, благодаря которому они функционируют во всех сферах жизни общества в виде различных модификаций. Для включения проблемы стереотипов в содержание обучения необходимо разработать их обобщенную, развернутую методическую типологию, основанную на различных научных классификациях и позволяющую охватить наиболее значимые для межкультурного общения виды стереотипов. Такую типологию мы и представляем в данной статье. Каждый выделенный тип стереотипов будет снабжен краткой характеристикой его сущности и особенностей. Основная задача создания такой типологии – способствовать осознанию студентами природы феномена стереотипа, его многообразия и естественности стереотипизации как механизма человеческого мышления. Работа над национальными стереотипами как наиболее релевантными для межкультурной коммуникации феноменами должна при этом строиться на основе *принципа широкого социального контекста*, подразумевающего изучение национальных стереотипов как лишь одного из видов социальных стереотипов. Таким образом, у студентов должно сформироваться представление о том, что стереотипы присутствуют не только в межкультурной, но и в монокультурной коммуникации, в повседневном общении людей и в средствах массовой информации, на групповом и индивидуальном уровнях, эксплицитно и имплицитно, могут быть осознаваемыми и неосознаваемыми.

В ходе достаточно долгой истории исследований ученые выявили множество различных видов стереотипов, основываясь на разных крите-

риях их классификации. Начнем с классификации стереотипов *по субъекту* стереотипизации, иными словами, по носителю стереотипа. Именно этот параметр лежит в основе подразделения стереотипов на *коллективные* и *индивидуальные*. Коллективные стереотипы обозначаются в американской социальной науке термином «культурные стереотипы» [4]. Отечественные ученые в качестве противопоставления индивидуальным стереотипам используют термины «социальные стереотипы» [5, 6] или «массовые стереотипы» [7]. Мы предлагаем термин «коллективные стереотипы» и считаем его более приемлемым, поскольку он образует четкую оппозицию индивидуальным стереотипам и позволяет избежать двойного толкования термина «социальные стереотипы», о котором пойдет речь ниже.

Рассмотрим, что подразумевается под коллективными (культурными) стереотипами. «*Культурные* стереотипы – это всеми принимаемые и общие для всех представителей данной культуры паттерны представлений и убеждений» (Р.Д. Эшмор, Ф.К. Дель Бока цит. по: [4. С. 21]). На наш взгляд, такая трактовка является преувеличенной и отражает крайнюю позицию. Скорее всего, существуют стереотипы, которые *знают* все члены определенной социально-культурной общности, но вряд ли все сто процентов ее членов принимают и разделяют их. Более корректно говорить о стереотипах, «разделяемых достаточно большим числом индивидов в пределах социальных общностей» [6. С. 244]. Таким образом, коллективными можно считать стереотипы, характеризующиеся высокой степенью согласованности. В качестве субъекта стереотипизации в данном случае выступает социальная общность в целом. Отнесение каких-либо стереотипов к коллективным не означает «их полного тождества у отдельных индивидов или осознания всеми представителями группы в равной степени» [6. С. 244].

Индивидуальные стереотипы, т.е. представления отдельного индивида, могут быть в большей или меньшей степени тождественны коллективным стереотипам, могут совершенно не совпадать с ними. Такие стереотипы, функционирующие на индивидуально-личностном уровне, называются также социально-психологическими [5]. Как правило, коллективные стереотипы «проявляют себя через стереотипы индивидуальные, получая при этом дополнительную индивидуально-личностную окраску» [5. С. 156].

Заметим, что разделение стереотипов на коллективные и индивидуальные используется и упоминается в научной литературе не так часто. Следует согласиться с Т. Нельсоном [4] в том, что такое разделение чрезвычайно важно как с теоретической, так и с методологической точек зрения. Ученый должен четко осознавать, изучает ли он коллективные стереотипы данной группы или их преломление на индивидуально-психологическом уровне, и в зависимости от этого выбирать метод иссле-

дования. Это разделение также важно и с методической точки зрения. Как показывает практика, студенты часто воспринимают стереотипы как сугубо социальный феномен, как нечто внешнее по отношению к собственным представлениям, отрицая их наличие у себя на индивидуально-психологическом уровне как чего-то плохого, социально неприемлемого. Поэтому в процессе обучения именно индивидуальные стереотипы студентов должны находиться в центре внимания педагога. Необходимо включать задания на экспликацию индивидуальных стереотипов и их сопоставление с коллективными.

Следующая классификация стереотипов выстраивается *по объекту* стереотипизации. Основываясь на данном параметре, можно выделить типологии нескольких порядков. Типология первого порядка базируется на широком охвате возможных объектов стереотипизации, при котором в качестве таких объектов могут выступать любые предметы, явления, события действительности. Сторонником такой точки зрения является, например, П.Н. Донец [8], предлагающий классифицировать стереотипы на *личностные* (относящиеся к лицам как членам определенных социальных сообществ) и *вещественные, событийные* и т.д. Автор этой классификации приводит примеры стереотипов, относящихся к событиям (*11-е сентября 2001 года – исламский терроризм*), странам (*Америка – свобода, военная мощь, демократия; Бразилия – солнце, пляж, преступность*), вещам (*шапка-ушанка – холод, Россия*) [Там же. С. 26].

Поддерживая эту логику, мы предлагаем другую структуру типологии, иные названия для выделенных видов стереотипов и их дальнейшее подразделение на подвиды (рис. 1).

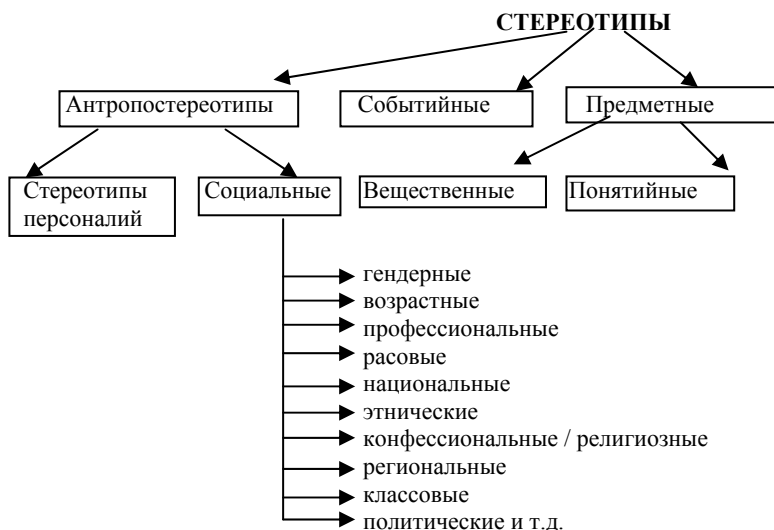


Рис. 1. Типология стереотипов по объекту стереотипизации

Стереотипы, относящиеся к человеку, можно назвать **антропостереотипами**. Их следует разделить на *стереотипы персоналий*, относящиеся к отдельному человеку, например известному общественному деятелю, и *социальные* стереотипы, относящиеся к какой-либо социальной группе и людям как ее членам. Эти подвиды входят в типологию второго порядка. Наряду с антропостереотипами следует выделить **предметные стереотипы**, относящиеся к предметам в самом широком, философском смысле слова. В качестве объекта стереотипизации в данном случае может быть вещь как физический предмет (тогда это вещественный стереотип в терминах П.Н. Донца) и понятие как логически мыслимый предмет (стереотипы о понятиях – понятийные стереотипы). Вслед за П.Н. Донцом, мы выделяем и **событийные стереотипы**, относящиеся к событиям.

Наиболее часто используемой классификацией стереотипов по объекту является, пожалуй, выделение различных видов социальных стереотипов. В нашей логике это уже типология третьего порядка. В зависимости от стереотипизируемой социальной группы выделяют **гендерные, возрастные, профессиональные, расовые, этнические / национальные, конфессиональные / религиозные, региональные, классовые, политические** стереотипы и т.д. Сколько групп можно выделить внутри социума, столько возможно и видов социальных стереотипов. Изучая эти виды стереотипов, студенты должны прийти к осознанию того, что национальные стереотипы не являются чем-то абсолютно специфическим, а, напротив, обладают всеми свойствами социальных стереотипов и подчиняются общим для них закономерностям.

Именно к социальным стереотипам применима следующая классификация – **по отношению «свой» / «чужой»**, иными словами, по принадлежности субъекта стереотипизации к объекту, т.е. к определенной социальной группе. По этому параметру стереотипы подразделяются на авто- и гетеростереотипы. **Автостереотип** – это образ-представление какой-либо социальной группы о самой себе, **гетеростереотип** – образ-представление данной группы о других / чужих группах. Используются также термины эндо- и экзостереотип [9], Eigen- (Selbst-) und Fremdstereotyp / Auto- und Heterostereotyp [10], in-group and out-group stereotype [11]. Поскольку изучение этих видов стереотипов чрезвычайно важно для понимания межгрупповых отношений и межкультурной коммуникации, остановимся на них более подробно.

Важным шагом в понимании природы авто- и гетеростереотипов стала разработка проблемы национальных / этнических стереотипов как *системы* в национальном / этническом самосознании. Большой вклад в развитие этого направления внесла Г.У. Солдатова. Суть ее концепции заключается в следующем: «Автостереотип и гетеростереотип – не ав-

тономные единицы, а структурно взаимосвязанные компоненты единого целостного образования личностного и группового самосознания» [12. С. 70]. Автостереотипы как «этноинтегрирующие атрибуции-представления» и гетеростереотипы как «этнодифференцирующие атрибуции-представления» формируются в «связке и взаимообусловленности» [13. С. 169]. Этот тезис очень созвучен идее о соотношенности культур и релятивистской теории нации А.Г. Здравомыслова: «“Мы” – данная нация – обнаруживаем свое бытие прежде всего в отношении к “ним”, к “другим”. И то, как “нас” воспринимают “другие”, оказывается одним из самых важных моментов для нашего собственного мироощущения» [14. С. 104]. У каждого человека формируется определенный образ своего народа («мы такие») и образы других народов («они такие», как правило, другие). Своя этническая группа в большей или меньшей степени противопоставляется другим группам. Например, русские – щедрые, немцы – экономные или скупые, у русских душа нараспашку, а англичане – сдержанные. Так реализуются важные функции национальных стереотипов – межгрупповой дифференциации и поддержания позитивной групповой идентичности.

Категория «они» или «другие / чужие» может быть представлена разным количеством гетеростереотипов у разных народов: «Этнический стереотип отражает не две, а гораздо больше этнических реальностей. Число различимых гетеростереотипов в структуре этнического стереотипа зависит как от истории межэтнических отношений, так и от особенностей непосредственной этноконтактной среды» [12. С. 70]. Не только количество, но и значимость этих гетеростереотипов в общей системе этностереотипных образов будет разной в зависимости от указанных выше факторов.

Примеры системной взаимообусловленности авто- и гетеростереотипов можно найти во многих этнопсихологических и иных исследованиях. Так, Р. Яворски [15], анализируя изменения в немецком гетеростереотипе о поляках в XIX–XX вв., отмечает, что, чем большую роль в автостереотипе немцев играли порядок, прилежание и чистоплотность (Ordnung, Fleiß, Sauberkeit), тем более хаотичными, ленивыми и грязными (chaotisch, faul, dreckig) воспринимались ими и изображались поляки. Ту же тенденцию обнаружила и Я. Дабровская [16], исследовавшая образ поляков в немецкой прессе: порядок в автостереотипе немцев отражается в их гетеростереотипе о поляках, как в зеркале-перевертыше, в виде беспорядка. Так гетеростереотип через механизм размежевания с «чужой» группой усиливает автостереотип.

Такая взаимосвязь авто- и гетеростереотипов иллюстрирует понятие *ингруппового фаворитизма*, «подразумевающего формирование более позитивного образа собственной культуры по сравнению с дру-

гими» [17. С. 236], сознательное или неосознанное предпочтение своей группы другим. Если речь идет о национальных / этнических общностях, то чаще используется термин «*этноцентризм*». Сущность этноцентризма заключается в том, что «собственная группа является центром всего, а все другие общности, да и все окружающее в целом шкалируется и оценивается в сопоставлении с ней» [18. С. 183]. Очевидно, что система авто- и гетеростереотипов играет важнейшую роль в поддержании механизмов этноцентризма в межгрупповом восприятии и взаимодействии.

Однако, авто- и гетеростереотипы вовсе не обязательно отражают полярные образы (что часто имеет место во время межэтнических конфликтов). Противопоставление своей и чужой группы может быть и более сглаженным. Примером тому могут служить образы своей и чужой группы, названные Т.Г. Стефаненко [6] взаимодополняющими. Эти образы были выявлены исследователем в 1987 г. в ходе изучения образов «типичного американца» и «типичного советского человека» у московских студентов. И тот и другой образ были окрашены весьма позитивно, однако и в этом случае наблюдались явления этноцентризма: «Типичному советскому человеку московские студенты приписывали высоко оцениваемые в нашей культуре черты, а американцу – качества, формально позитивные, но находящиеся в нижней части иерархии личностных черт как ценностей» [6. С. 247].

Большинство исследователей отмечают более позитивную окраску автостереотипа по сравнению с гетеростереотипом. Автостереотипы чаще всего «монотонно позитивны» [12. С. 74] и являются «сосредоточием социально одобренных ценностных характеристик» [19. С. 97], содержат «нечто от идеала, нечто от того, что хотелось бы увидеть» [20. С. 72]. Что же касается гетеростереотипов, то они имеют «гораздо более широкий эмоциональный диапазон <...> от почитания до ненависти» [12. С. 74].

Помимо указанной тенденции в эмоционально-оценочном компоненте авто- и гетеростереотипов исследователи выявили еще одно их различие. Автостереотипы практически всегда «более разнообразны и комплексны, а гетеростереотипы более монолитны и односторонни» [21. С. 23]. Г.У. Солдатова объясняет это явление «детализированным знанием» о своей группе при формировании автостереотипов и «дефицитом информации» в случае с гетеростереотипами [12. С. 74]. Степень гомогенности гетеростереотипного образа зависит от интенсивности контактов между группами. Так в описании результатов своего эмпирического исследования Г.А. Аксянова и С.С. Давыдова отмечают следующее: «Чем меньше испытуемый знаком с тем объектом, который ему предстоит описать, тем более целостным выглядит его образ, и наоборот – чем чаще приходится вступать в контакты с представителями того или иного народа, тем более разнообразными оказываются характеристики» [21. С. 13]. Большая неоднородность автостереотипов обусловлена также и

внутриэтническим делением, связанным с территориальными, религиозными, этнокультурными различиями внутри одной этнической общности [12]. Как справедливо отмечает Г.У. Солдатова, такое деление в гетеростереотипах более поверхностно.

Кроме упомянутых есть и еще одно различие между авто- и гетеростереотипами, на которое также указывает Г.У. Солдатова [12], – большая степень проективности гетеростереотипа. Выше мы уже отмечали, что в автостереотип попадают, как правило, одобряемые в данной этнической общности характеристики, в то время как «гетеростереотип служит резервуаром для отрицательных качеств, нежелательных в собственной культуре и поэтому отчуждаемых» (Р.А. Ливайн, Д.Т. Кэмпбелл, цит. по: [12. С. 75]). Г.У. Солдатова ссылается также на наблюдения Л. Гудкова, раскрывающие психоаналитическую природу отношений между автостереотипом и гетеростереотипом: «Не только то, что неприятно и болезненно воспринимается у себя, усиливается у других, но и то, что ценится у себя, приумножается у других» [12. С. 75]. Таким образом, гетеростереотип представляет собой некую проекцию автостереотипа.

В ходе изучения межгрупповых отношений наряду с авто- и гетеростереотипами учеными был выделен еще один вид стереотипов – **метастереотипы**. Этот термин ввели С.А. Зигельман и Л. Тач для обозначения «представлений человека о стереотипах другой группы относительно своей» [4. С. 218]. Иными словами, это предполагаемые стереотипы, например, то, что, по мнению немцев, о них думают русские. Итак, **по соотношению «реальный / предполагаемый»** стереотипы подразделяют на **прямые** и **переносные**. Метастереотипы называют переносными, а авто- и гетеростереотипы, соответственно, прямыми [8]. Мы считаем термины «прямой / переносный» не совсем корректными в данном случае, поскольку слово «переносный» предполагает некое переосмысление исходного, «прямого» значения, а метастереотипы могут быть никак не связаны с реально существующими гетеростереотипами или весьма далеки от них. Термин «метастереотип» (иными словами, стереотип о стереотипе), на наш взгляд, более точен.

Следует отметить, что метастереотипы гораздо менее исследованы, чем другие виды стереотипов, хотя их роль в межгрупповом взаимодействии велика. Они оказывают влияние на коммуникантов через вызываемые ими эмоции и ожидания от потенциального контакта. Негативные метастереотипы могут спровоцировать тревожные состояния, агрессивное поведение или отказ от коммуникации. Можно предположить, что метастереотипы будут более четкими и содержательными в случае интенсивных контактов между группами, и наоборот – будут более слабо выраженными или вовсе отсутствовать, если контактов мало.

Как мы уже отмечали, под метастереотипами понимаются предполагаемые у другой группы гетеростереотипы. Нам не встречались в научной литературе указания на включение в их число и предполагаемых у другой группы автостереотипов, что, на наш взгляд, было бы вполне оправданно. Речь идет о том, что, например, по мнению немцев, русские думают о самих себе. Такие стереотипы играют существенную роль в интерпретации поведения инокультурного коммуниканта в ситуации контакта. Можно предположить, что в случае совпадения метастереотипов с реально существующими автостереотипами интерпретация будет более адекватной.

В ходе изучения функционирования авто- и гетеростереотипов был выделен еще один вид стереотипов – **контрстереотип** [12]. Согласно Г.У. Солдатовой, содержание контрстереотипа составляют так называемые выпадающие характеристики, которые «приписываются не этнической группе в целом, а ее отдельным “не-типичным” представителям» [12. С. 71]. Исследователь называет контрстереотип «абсорбентом» исключений и резервуаром для «не-типичных» случаев.

Таким образом, **по степени типичности приписываемых характеристик** можно выделить собственно стереотип и контрстереотип. Контрстереотип формируется на основе личностного субъективного опыта, когда индивид наблюдает поведение члена какой-либо группы, выпадающее за рамки существующего стереотипа об этой группе, т.е. получает не подтверждающую стереотип информацию (disconfirming information). Эта информация встраивается в контрстереотип по принципу исключения из правил, которое, как известно, подтверждает правило. «Если содержание автостереотипа и гетеростереотипов можно рассматривать как концентрацию опыта межгрупповых отношений (культурную, идеологическую и историческую проекции), то контрстереотип – это личностная проекция на межгрупповые отношения, отражающая противоречащие усвоенному групповому опыту частные модели этнических ситуаций. <...> Он оттеняет автостереотип и гетеростереотипы и как бы подтверждает их достоверность» [12. С. 71]. В этом Г.У. Солдатова видит большие компенсаторные возможности контрстереотипа и объяснение удивительной устойчивости стереотипов как таковых. Вместе с тем в контрстереотипе заложена и возможность изменения авто- и гетеростереотипов. Эти изменения могут произойти в том случае, если накапливаемые в контрстереотипе характеристики и их аффективный заряд достигнут некоего критического уровня. Г.У. Солдатова отмечает, что изменения, которые иногда происходят в стереотипах за, казалось бы, короткий срок, на самом деле уже подготовлены на уровне структуры контрстереотипа.

В зарубежной науке формирование отдельной категории для отклоняющегося представителя группы обозначается термином «субкатегори-

зация» [4. С. 69]. Также исследуется явление, получившее название black sheep effect (эффект белой вороны). Установлено, что в отношении автостереотипа этот эффект будет выражен тем сильнее, чем ярче выражена групповая идентичность у конкретного индивида [11]. Такие индивиды более склонны оценивать людей, демонстрирующих отклоняющееся от позитивного автостереотипа поведение, как нетипичных представителей группы. Так преодолевается угроза автостереотипу (stereotype threat) и сохраняется позитивная групповая идентичность.

Таким образом, в системе координат «свой» / «чужой» функционирует сложная конструкция образов-представлений, состоящая из авто-, гетеро-, мета- и контрстереотипов. В ситуации межличностного межкультурного контакта могут актуализироваться любые элементы этой системы. У конкретного индивида какие-то виды стереотипов, например, метастереотипы, могут быть менее выражены или совсем отсутствовать. Напомним также, что контрстереотипы формируются только при непосредственном межличностном контакте. Если такого опыта общения у индивида не было, то у него не будет и контрстереотипа в отношении представителей чужой культуры. В ситуации межкультурного взаимодействия каждый индивид обращается к сложившейся у него системе стереотипов для организации восприятия поступающей информации, ее оценки и интерпретации. Придя к определенным умозаключениям, он строит на их основании свое коммуникативное поведение. При этом система его стереотипов может остаться как неизменной, так и претерпеть определенные изменения в зависимости от того, насколько партнер по общению подтверждает или опровергает своим поведением сложившиеся стереотипы. Изучение данных видов стереотипов в ходе образовательного процесса должно осуществляться как в теоретическом, так и в практическом плане – в отношении носителей конкретного изучаемого языка. Изучение взаимосвязей и взаимообусловленности авто-, гетеро-, мета- и контрстереотипов будут способствовать более глубокому пониманию механизмов межгруппового восприятия и взаимодействия. Важным аспектом этой работы является формирование у студентов толерантного отношения к существующим в стране изучаемого языка стереотипам о россиянах, которые нередко носят негативный характер.

Следующая классификация стереотипов, которую необходимо включить в методическую типологию, выстраивается *по содержанию аффективного компонента* стереотипа. По этому критерию стереотипы разделяются на *позитивные* и *негативные*. Близкой является классификация стереотипов по их содержанию на *отрицающие* (агрессивное содержание) и *утверждающие* (безобидное содержание) [1. С. 46]. Следует отметить, что стереотипы с разным эмоционально-оценочным содержанием могут иметь одну и ту же когнитивную составляющую и

подразумевать одну и ту же черту, приписываемую данному народу. Например, стереотип «немцы – жадные / скупые», «немцы – экономные» (приписываемый немцам другими народами) и «немцы умеют правильно обращаться с деньгами» (стереотип немцев о самих себе), по сути, обобщают и отражают в своем когнитивном компоненте одно и то же наблюдаемое явление, по-разному оценивая его, что и проявляется в выборе различных формулировок. Т.Г. Стефаненко приводит примеры подобных пар качеств, названных Г.У. Солдатовой атрибуциями-оборотнями: «Американцы воспринимают себя как дружелюбных и раскованных, а англичане считают их назойливыми и развязными. И наоборот – англичане полагают, что им присущи сдержанность и уважение прав других людей, а американцы называют англичан холодными снобами» [6. С. 246]. Иными словами, когнитивный компонент этих стереотипов совпадает, а аффективный отличается.

Подобные различия в аффективном компоненте стереотипа наблюдаются иногда и в диахроническом аспекте, когда вследствие изменения политической ситуации и межнациональных отношений меняется знак стереотипа (положительная оценка меняется на отрицательную или наоборот), а когнитивная составляющая остается неизменной. Например, Г. Олпорт проследил эволюцию образа русского во время Второй мировой войны и после начала «холодной войны». Результаты его опроса показали следующее: «Согласно общественному мнению относительно русских, бытовавшему в годы войны, когда СССР и США были союзниками, они слыли прямолинейными, храбрыми и патриотичными. В течение нескольких лет все изменилось и их стали считать примитивными, агрессивными и фанатичными» [22. С. 100]. Рассуждая об изменчивости этнических стереотипов, А.В. Павловская отмечает, что, по сути дела, поменялось отношение к тем или иным чертам характера русских, но черты остались те же. «Прямолинейность перешла в примитивность, храбрость – в агрессивность, патриотизм – в фанатизм» (цит. по: [22. С. 102]). Такие стереотипы, остающиеся неизменными в своей когнитивной основе на протяжении длительного времени, А.В. Павловская называет глубинными и противопоставляет их поверхностным стереотипам, меняющимся в зависимости от ситуации в мире.

Подобные примеры показывают, что когнитивный компонент структуры стереотипа более стабилен, а аффективный может достаточно быстро измениться. Такое изменение вполне объяснимо. Оно позволяет приспособить сложившуюся систему стереотипов к новым межгрупповым отношениям, не разрушая когнитивную основу стереотипа. Таким образом, не возникает необходимости отказываться от существующих стереотипов полностью, и они сохраняются.

По интенсивности эмоционального заряда различают следующие виды стереотипов: *интенсивные* и *медиальные* / средние (П.Н. До-

нец, цит. по: [8]). Изучение этой характеристики стереотипа важно для прогнозирования влияния стереотипов на межгрупповые отношения и на коммуникацию на межличностном уровне. Для работы над аффективной составляющей стереотипов необходимо использовать задания поисково-исследовательского характера, например проекты, предполагающие анализ образа того или иного народа, конструируемый в различные периоды времени в прессе, художественной литературе, этнических анекдотах и т.д. После презентации результатов проектной работы уместно организовать дискуссию о причинах преимущественно негативной или позитивной окраски образов той или иной группы.

С различными компонентами структуры стереотипа связана еще одна классификация стереотипов, автор которой Ю.С. Метёлкина [23]. **По соотношению компонентов структуры** исследователь подразделяет стереотипы на **предрассудки, эвристики, нормы и традиции**. В структуру стереотипа ею включаются рациональный (когнитивный), эмоциональный (аффективный) и моторный (поведенческий) компоненты. В зависимости от того, какой компонент структуры является доминирующим, и от вектора его влияния на остальные компоненты выделяются четыре структурные модели стереотипа, представленные на рис. 2.

В качестве примеров, иллюстрирующих созданную классификацию, Ю.С. Метёлкина приводит следующие высказывания: «Пожилые люди недееспособны» – предрассудок, «воспитание детей – женское дело» – эвристика, «официальная регистрация семейных отношений» – традиция, «никто не ходит по улицам без одежды» – норма. Разработанные для данных видов стереотипов структурные модели прокомментированы следующим образом. В предрассудке доминирующим является негативный эмоциональный компонент, именно от него зависит моторный компонент. При этом содержание рационального компонента может вступать в противоречие с эмоциональным компонентом. В эвристике доминирует рациональный компонент, эмоциональный его дополняет, их сочетание определяет моторный компонент. Эвристика соответствует формуле: «Все так поступают, *потому что* это разумно и правильно» [23. С. 51]. В традиции ведущим является моторный компонент, он определяет остальные компоненты по принципу: «Все люди так делают, *значит*, это разумно и правильно» [23. С. 51]. В норме доминирует эмоциональный компонент, им определяются другие два компонента. Здесь работает следующий алгоритм: «Это неправильно (некрасиво, нехорошо, неэтично), *поэтому* это неразумно, и никто так не поступает» [23. С. 52].

Как видим, в данной классификации объединены стереотипы мышления и поведения. В качестве объектов стереотипизации выступают не только социальные группы, но и совершенно разнородные явления. На наш взгляд, включение данных видов стереотипов в методическую ти-

пологию будет способствовать более глубокому осознанию их многообразия и вариативности их структуры.

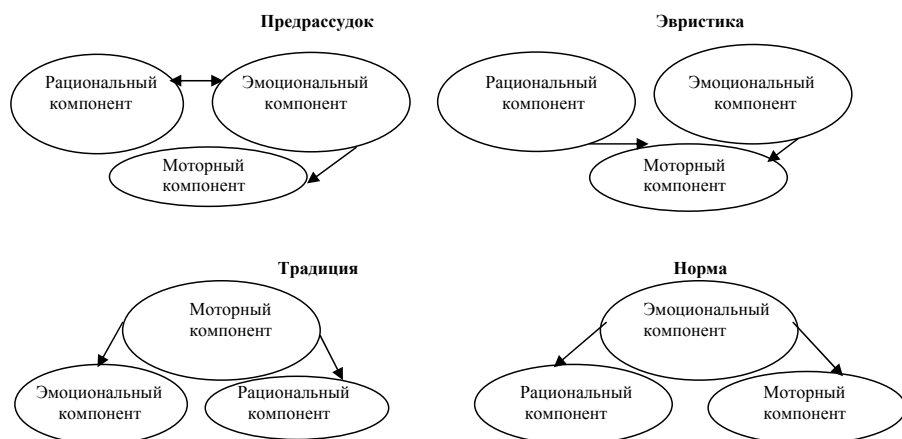


Рис. 2. Структурные модели стереотипов Ю.С. Метёлкиной [23]

В ходе исследования стереотипов предпринимались попытки классификации и с позиции процесса их формирования. Так, например, *по механизму формирования* выделяют *дедуктивные* и *индуктивные* стереотипы [24]. Дедуктивные стереотипы усваиваются индивидом в процессе социализации в виде готового образа, затем «абстрактное обобщенное представление прилагается к каждому без исключения носителю некоторой культуры» [24. С. 162]. В отличие от дедуктивных индуктивные стереотипы возникают в процессе непосредственного контакта индивида с представителем иной культуры. Отдельный случай, какая-то конкретная ситуация могут спровоцировать формирование стереотипного представления обо всей социальной группе. «Индуктивные стереотипы возникают на основе очень ограниченного опыта, часто на основе общения с одним или несколькими представителями другой культуры. Этот вид стереотипов наиболее опасен, поскольку основывается на личном опыте и создает иллюзию знания другой культуры» [24. С. 162].

В образовательном контексте следует обращать особое внимание именно на индуктивные стереотипы. Мы согласны с Г.В. Елизаровой в том, что они могут нанести существенный вред формированию межкультурной компетенции изучающих язык. Условия изучения иностранных языков в России часто таковы, что в связи с удаленностью региона проживания от страны изучаемого языка учащиеся и студенты имеют весьма ограниченный опыт общения с носителями этого языка. Хорошо, если в учебно-воспитательном процессе участвуют хотя бы в течение коротких периодов иностранные преподаватели и удастся организовать школьные

или студенческие обмены. Именно такие ситуации краткосрочной межкультурной коммуникации потенциально опасны возникновением индуктивных стереотипов.

С процессом возникновения связана еще одна классификация стереотипов – *по условиям формирования*. Различают **интенциональные** и **спонтанные** стереотипы [8]. Интенциональный стереотип конструируется целенаправленно при создании определенного имиджа в политической или коммерческой рекламе или образа врага в ситуации межгрупповой напряженности или конфликта. Спонтанные стереотипы возникают без влияния каких-либо социальных интересов. В этой связи в рамках иноязычного образования необходимо формировать представления о роли языка в возникновении и функционировании стереотипов в обществе и развивать чувствительность к проявлениям стереотипов в различных видах текстов (рекламных, художественных, публицистических и т.п.). Аналитическая текстовая работа должна быть направлена на выявление интенциональных стереотипов и формирование критического отношения к ним. Также необходимо включать задания на продуцирование собственных текстов, формирующих определенный образ той или иной группы, например позитивный образ России в туристическом путеводителе.

Особенности функционирования стереотипов в обществе также могут служить основой для их классификации. Н.С. Речкин [25] предлагает, например, классификацию стереотипов *по объему влияния* на общественное сознание и социальное бессознательное. Он выделяет два уровня влияния стереотипов – высокий и низкий. К высокому уровню относятся **стереотины картины мира**, **мировоззренческие стереотины** и **стереотины мышления**. К низкому уровню – **методологические**, **методические** и **технологические** стереотипы, которые сопоставимы, на наш взгляд, со стереотипами поведения. Н.С. Речкин рассматривает стереотипы как динамичные образования, а развитие – как процесс разрушения старых стереотипов и создания новых. Среди названных стереотипов каждый предшествующий вид влияет на последующий. Изменение стереотипов картины мира влечет за собой изменение стереотипов всех следующих уровней вплоть до технологических стереотипов. Изучение выделенных видов стереотипов в образовательном процессе должно сформировать четкое представление об иерархической структуре стереотипов как социального явления.

По степени изменяемости стереотипы делятся на **закостенелые** и **гибкие** [1. С. 46], **устойчивые** и **подвижные** [26. С. 13]. Существуют и иные обозначения этих видов стереотипов – **глубинные** и **поверхностные** [22], о которых уже упоминалось выше.

Функционирование стереотипов нашло свое отражение также и в классификации *по степени их необходимости* в обыденной жизни.

У. Квастхофф [1. С. 46] считает, что существуют **необходимые** и **деструктивные** стереотипы. Данная классификация подчеркивает амбивалентность стереотипов и наличие не только негативного, но и позитивного влияния стереотипов на социальные процессы.

В завершении описания типологии стереотипов следует упомянуть и разделение стереотипов **по степени адекватности отражения** действительности на **точные** и **неточные** или **истинные** и **ложные**. Этот аспект наиболее важен с точки зрения эффективности коммуникации. Если стереотип в большей степени истинен, то он облегчает коммуниканту ориентировку в ситуации межкультурного общения. Если же он ложен, то опора на него влечет за собой коммуникативные неудачи. Владение студентами некоторой суммой знаний и умений, связанных с определением степени истинности стереотипа, может оптимизировать процесс межкультурной коммуникации. Однако сами по себе знания о степени адекватности стереотипа реальной действительности, безусловно, не гарантируют того, что межкультурное общение будет успешным. Ведь мы говорим о ситуациях межличностного общения, а не об абстрактном соприкосновении с другой культурой. Межкультурный коммуникант будет иметь дело не со среднестатистическим типичным представителем иной культуры, а с конкретным человеком. Наиболее распространенная коммуникативная ошибка как раз и заключается в том, что обобщенное стереотипное представление автоматически переносится на партнера по коммуникации. Поэтому необходимо привести студентов к осознанию того, что реальная ситуация общения может отличаться от принятых стандартов. Говоря о роли ситуации в трактовке содержания стереотипа, О.К. Степанова отмечает следующее: «Определение истинности или ложности социального стереотипа должно строиться на анализе конкретной ситуации. Любой социальный стереотип является истинным в одном случае, в другом может оказаться совершенно ложным или в меньшей мере отвечающим объективной реальности и, следовательно, неэффективным для решения задач ориентации личности в окружающем мире» [27. С. 29]. Следовательно, необходимо развивать умения критического анализа конкретной ситуации общения.

В целом работа над проблемой истинности / ложности стереотипов должна строиться на основании следующих положений:

Стереотипы основываются на реальности, отражают реальные особенности стереотипизируемой группы. Степень адекватности отражения может быть разной.

Не существует *абсолютно* истинных стереотипов, поскольку, являясь обобщениями, они никогда не будут соответствовать каждому конкретному факту реальной действительности.

Верификации может подлежать только когнитивный компонент структуры стереотипа.

Критериями истинности стереотипа следует считать следующие: совпадение авто- и гетеростереотипа, наличие глубоких и длительных контактов между народами, единство гетеростереотипов двух народов о третьем народе, униформность / согласованность, выполнение стереотипизируемой группой приписываемой ей роли, отсутствие конфликтов между данными народами в настоящее время, глубинность стереотипа. Эти критерии следует применять комплексно.

В процессе подготовки к межкультурной коммуникации необходимо развивать у студентов чувствительность к истинности / ложности стереотипов, умение с учетом этого аспекта анализировать конкретную ситуацию общения и формировать критическое отношение к собственным стереотипным представлениям.

Типология стереотипов

Тип (критерий) классификации	Виды стереотипов
По субъекту стереотипизации	Коллективные, индивидуальные
По объекту стереотипизации	Антропостереотипы (включая стереотипы персоналий и социальные стереотипы), событийные, предметные (в том числе вещественные, понятийные)
По типу социальной группы как объекту стереотипизации (для социальных стереотипов)	Гендерные, возрастные, профессиональные, расовые, этнические / национальные, конфессиональные / религиозные, региональные, классовые, политические стереотипы и т.д.
По отношению «свой» / «чужой»	Автостереотипы, гетеростереотипы
По соотношению «реальный» / «предполагаемый»	Прямые, переносные (метастереотипы)
По степени типичности приписываемых характеристик	Собственно стереотип (типичные характеристики) и контрстереотип (нетипичные характеристики)
По содержанию аффективного компонента стереотипа	Позитивные, негативные; утверждающие, отрицающие
По интенсивности эмоционального заряда	Интенсивные, медиальные (средние)
По соотношению компонентов структуры	Предрассудки, эвристики, нормы и традиции
По механизму формирования	Дедуктивные, индуктивные
По условиям формирования	Интенциональные, спонтанные
По объему влияния на общественное сознание и социальное бессознательное	Стереотипы картины мира, мировоззренческие стереотипы, стереотипы мышления, методологические, методические, технологические стереотипы
По степени изменяемости	Закостенелые, гибкие; устойчивые, подвижные; глубинные, поверхностные
По степени необходимости в обыденной жизни	Необходимые, деструктивные
По степени адекватности отражения действительности	Точные, неточные; истинные, ложные

Рассмотрев все адекватные нашей методической задаче типы стереотипов, представим их обобщенно (см. таблицу). В таблице указаны тип классификации, определяемый критерием выделения тех или иных стереотипов, и сами виды стереотипов, соответствующие данному параметру. Четкое определение критериев типологизации и предпринятое в отдельных случаях уточнение названий видов стереотипов, а также их логическое соотнесение друг с другом позволили выстроить достаточно упорядоченную структуру, отражающую современные достижения науки в исследовании многообразия стереотипов. Представленный в рамках данной структуры перечень стереотипов не является исчерпывающим, однако отражает наиболее важные с точки зрения подготовки к межкультурной коммуникации аспекты типологии стереотипов.

Как наглядно представлено в таблице, количество критериев типологизации стереотипов и выделенных на их основании видов стереотипов достаточно велико. Они отражают многообразие углов зрения, под которыми рассматривается феномен стереотипа. Каждый выделенный тип задает отдельное направление работы над стереотипами в процессе обучения в вузе. Созданная типология раскрывает субъектно-объектное измерение существования стереотипов, вариативность их структуры, процессов формирования, функционирования в обществе, а также многообразие свойств стереотипов.

Для работы над каждым типом стереотипов должна быть составлена соответствующая система заданий. Помимо практических курсов по иностранным языкам, проблематика стереотипов может быть включена в курсы по теории межкультурной коммуникации или выделена в отдельный спецкурс «Стереотипы в межкультурной коммуникации». Для обучения студентов языковых специальностей представленная типология может быть использована в полном объеме, для неязыковых специальностей – в сокращенном виде. Многоаспектность применяемой в процессе обучения типологии будет способствовать более глубокому пониманию природы стереотипа и большей эффективности межкультурной коммуникации в последующем.

Литература

1. *Quasthoff U.M.* Ethnozentrische Verarbeitung von Informationen: Zur Ambivalenz der Funktionen von Stereotypen in der interkulturellen Kommunikation // Wie verstehen wir Fremdes? Aspekte zur Klärung von Verstehensprozessen. München, 1989. S. 37–62.
2. *Шихирев П.Н.* Современная социальная психология. М. : ИП РАН; КСП+ ; Екатеринбург : Деловая книга, 2000. 448 с.
3. *Прохоров Ю.Е.* Национальные социокультурные стереотипы речевого общения и их роль в обучении русскому языку иностранцев. 5-е изд. М. : Издательство ЛКИ, 2008. 224 с.

4. **Нельсон Т.** Психология преубеждений. Секреты шаблонов мышления, восприятия и поведения. СПб. : Прайм-Еврознак, 2003. 384 с.
5. **Семендяева О.Ю.** Стереотип как социальный и социально-психологический феномен : дис. ... канд. философ. наук. М., 1986. 195 с.
6. **Стефаненко Т.Г.** Этнопсихология. М. : Институт психологии РАН, Академ. проект, 1999. 320 с.
7. **Иванова Е.А.** Стереотип как феномен культуры : дис. ... канд. философ. наук. М., 2000. 173 с.
8. **Мануковский М.В.** Стереотипы сознания в межкультурной коммуникации: учеб. пособие по курсу «Теория межкультурной коммуникации». Воронеж : Воронеж. гос. ун-т, 2005. 100 с.
9. **Леонтович О.А.** Русские и американцы: парадоксы межкультурного общения. М. : Гнозис, 2005. 352 с.
10. **Löschmann M.** Was tun gegen Stereotype? // Interkulturelle Kommunikation in Wirtschaft und Fremdsprachenunterricht / Gerhard Wazel. Institut für Interkulturelle Kommunikation e.V. (Hrsg.). Frankfurt-am-Main : Lang, 2001. S. 147–201.
11. **Castano E., Paladino M.-P., Coull A.** Protecting the ingroup stereotype: Ingroup identification and the management of deviant ingroup members // The British journal of social psychology. 2002. Vol. 41 (3). P. 365–386.
12. **Солдатова Г.У.** Психология межэтнической напряженности. М. : Смысл, 1998. 389 с.
13. **Этносоциология** : учеб. пособие для вузов / Ю.В. Арутюнян, Л.М. Дробижева, А.А. Сусоколов. М. : Аспект Пресс, 1999. 271 с.
14. **Здравомыслов А.Г.** Россия и русские в современном немецком самосознании // Общественные науки и современность. 2001. № 4. С. 103–112.
15. **Jaworsky R.** Zwischen Polenliebe und Polenschelte. Zu den Wandlungen des deutschen Polenbildes im 19. und 20. Jahrhundert // Das Bild «des Anderen»: politische Wahrnehmung im 19. und 20. Jahrhundert / Birgit Aschmann / Michael Salewsky (Hrsg.). Stuttgart : Steiner, 2000 (Historische Mitteilungen: Beiheft; 40). S. 80–89.
16. **Dq̄browska J.** Stereotype und ihr sprachlicher Ausdruck im Polenbild der deutschen Presse: eine textlinguistische Untersuchung. Tübingen : Narr, 1999 (Studien der deutschen Sprache. Bd. 17). 341 s.
17. **Садыхин А.П.** Введение в теорию межкультурной коммуникации. М. : Высш. шк., 2005. 310 с.
18. **Крысько В.Г.** Этнопсихология и межнациональные отношения : курс лекций. М. : Экзамен, 2002. 448 с.
19. **Окладникова Е.А.** Этносоциология (Теория этнических ценностей) : учеб. пособие. СПб. : СПбГИЭУ, 2006. 170 с.
20. **Назырова Л.С.** Особенности национальных стереотипов русских и казахов (на примере Республики Казахстан) : дис. ... канд. психол. наук. М., 2001. 242 с.
21. **Аксянова Г.А., Давыдова С.С.** Этнические стереотипы и ценностные ориентации московских школьников (на примере русских и армян). М. : Институт этнологии и антропологии РАН, 2003. 36 с.
22. **Павловская А.В.** Этнические стереотипы в свете межкультурной коммуникации // Вестник МГУ. Сер. 19. Лингвистика и межкультурная коммуникация. М., 1998. № 1. С. 94–97.
23. **Метёлкина Ю.С.** Социальные стереотипы: процессы формирования, виды и использование в политике (информационный подход) : автореф. дис. ... канд. социол. наук. Новосибирск, 2002. 18 с.
24. **Елизарова Г.В.** Культура и обучение иностранным языкам. СПб. : КАРО, 2005. 352 с.

25. *Речкин Н.С.* Стереотипы и процессы стереотипизации в социальных системах (на примере систем школьного образования) : автореф. дис. ... д-ра философ. наук. Ростов н/Д, 2006. 51 с.

26. *Гладких С.В.* Этнические стереотипы как феномен духовной культуры : дис. ... канд. философ. наук. Ставрополь, 2001. 154 с.

27. *Степанова О.К.* Особенности этнических стереотипов студентов Бурятии : дис. ... канд. психол. наук. М., 1999. 186 с.

METHODOLOGICAL TYPOLOGY OF STEREOTYPES AS A COMPONENT OF EDUCATIONAL CONTENT IN TEACHING FOREIGN LANGUAGES AT UNIVERSITIES

Sorokina N.V.

Summary. The author of the article proposes to integrate the problem of national stereotypes into the content of teaching foreign languages at universities and presents a typology of stereotypes made for this purpose. The article considers different kinds of stereotypes picked out according to the following criteria: subject, object of stereotypification, relation «my own» / «other's», mechanisms and conditions of formation, content of the affective component and others.

Key words: classification of stereotypes; cultural, individual, deductive, inductive, intentional, spontaneous, true, false stereotypes; in-group stereotype; out-group stereotype; methastereotype; contra-stereotype; prejudice.