

*В.Д. Попков*

## **СТЕРЕОТИПЫ И ПРЕДРАССУДКИ: ИХ ВЛИЯНИЕ НА ПРОЦЕСС МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ\***

*Статья посвящена проблемам исследования стереотипов и предрассудков в межкультурной коммуникации. В центре внимания находятся вопросы формирования стереотипов и предрассудков и рассматриваются основные подходы, объясняющие их возникновение. Анализируются функции стереотипов и роль, которую они играют в межкультурной коммуникации. Рассматривается проблема эффективной коммуникации с использованием стереотипов; исследуются моменты, когда стереотипы способствуют или препятствуют эффективной коммуникации. В статье также анализируется, почему люди вынуждены! использовать стереотипы в общении с представителями других культур и ставится вопрос о возможности корректировки стереотипов и предрассудков. Особое внимание уделяется вопросу о том, как следует обходиться со стереотипами и предрассудками в процессе межкультурных контактов.*

### **I**

Современные контакты между представителями различных культур, возникающие как в пределах одного так и разных государств несут в

\* Статья является частью проекта «Разработка курса межкультурной коммуникации для российских вузов», поддержанного Фондом Фольксваген в 2000–2001 гг.

Особую благодарность выражаю сотрудникам Людвиг-Максимилиан-Университета Мюнхена доктору Юлиане Рот и магистру Галине Коптельцевой за поддержку и ценные замечания для данной статьи.

себе множество проблем и редко обходятся без непонимания или конфликтов в коммуникации. В каждом случае это проявляется в некотором отчуждении, неприятии, или даже страхе перед представителями других культур. Все эти реакции непосредственно связаны со стереотипами и предрассудками, которые во многом и определяют характер протекания межкультурных контактов.

Не секрет, что о многих странах и народах мы уже имеем определенные представления, часто не задумываясь о том, насколько они соответствуют действительности. Что с этим делать? Как относиться к стереотипам? Можно ли объявить «войну» стереотипам и предрассудкам и попытаться «искоренить» их? Существуют различные походы к пониманию стереотипов. Однако прежде, чем ответить на поставленные вопросы, необходимо понять, что это такое и зачем, собственно говоря, нужны стереотипы.

Важно подчеркнуть, что всем людям свойственно создавать классификации других людей и событий, чтобы получить понятную структуру своего окружения. Категоризация может проводиться по различным критериям, например, по полу, расе, национальности, социальному статусу и т.д. Так, люди подразделяются на мужчин, женщин, безработных, профессоров, студентов, негров, белых, политиков и т.д. Причем все индивиды, причисленные к одной из групп, считаются похожими друг на друга. В результате межкультурных контактов подобные «классификации» возникают в одной культурной группе по отношению к другой. Например, считается, что грузины гостеприимны, немцы пунктуальны, русские открыты, итальянцы эмоциональны и т.д. Такое условное и упрощенное представление о других людях является причиной возникновения *стереотипов*. Когда кто-то вступает в контакт, основываясь на стереотипах, он заранее предполагает, что можно ожидать от людей, относящихся к той или иной группе. В социальных науках понятие стереотипа восходит к определению У. Липпмана [1], которое позднее было разработано Г. Олпортом [2]. Данное понятие стереотипа опирается на восприятие и переработку информации о социальном мире, а также на то, насколько эти процессы социально запечатлены (получают социальное закрепление). Стереотипы являются некоторым вымыслом, фикцией, помогающей объяснить окружающий мир. Причем под вымыслом и фикциями не подразумевается ложь; речь идет о репрезентативности окружающего мира, которая в той или иной степени создается самим человеком. Причина всеобъемлющей природы стереотипов состоит в том, что люди испытывают психологическую необходимость категоризовать и классифицировать социальные объекты. Реальный мир является слишком большим, сложным и изменяющимся, чтобы его можно было непосредственно воспринимать. Люди перегружены информацией, постоянно сталкиваясь с тонкостями, различиями, случайностями и прочими сложными комбинациями своего окружения. Чтобы как-то справляться с этим, люди реконструируют мир в более простую модель, что приводит к созданию стереотипов. По этой причине стереотипы не могут восприни-

маться как результат ограниченности и предубежденности; напротив, они характеризуют совершенно нормальные процессы переработки информации.

Согласно У. Квастхофф [3], стереотипом называют вербальное выражение определенного убеждения, направленное на какие-либо социальные группы или отдельного индивида как члена группы. Стереотип выражается в виде суждения, которое в необоснованной, упрощенной и обобщенной форме, с эмоционально-оценочным оттенком считает какие-либо способности или манеру поведения свойственными (или, наоборот, несвойственными) определенной группе людей.

Социальные психологи Р. Берглер и Б. Сикс [4] делают другой акцент при определении стереотипов. По их мнению, стереотипы представляют собой устойчивые, широко распространенные, ошибочные когнитивные формулы, которые играют ключевую роль в процессах облегчения решения повседневных задач.

В целом можно сказать, что стереотипы являются определенными убеждениями и «привычными знаниями» людей относительно качеств и черт характера других индивидов, а также событий, вещей, явлений. Стереотипы могут нести как негативную, так и позитивную нагрузку, однако ни в том, ни в другом случае они не являются в полной мере продуктом ложных или, наоборот, истинных интерпретаций. Стереотипы также не являются нейтральными. Они помогают людям построить определенную структуру, дифференцировать и упростить социальное окружение, одним словом, «навести порядок» в окружающем мире. Долгое время стереотипизация рассматривалась как форма примитивного мышления, или как ненужное упрощение реальности. Более того, стереотипы преподносились как аморальные и безнравственные. Данное положение базировалось на том, что стереотипы могут представлять собой неверные суждения об индивидах, основанные на неточных описаниях групп. С этим трудно спорить. Действительно, навешивание ярлыков «плохой» или «хорошей» этнической группы является безнравственным. Но группировка индивидов в категории, свойственная каждому человеку, не является ни плохой, ни хорошей. Это просто уменьшает сложность реальности до размеров, с которой можно справиться. Негативные взгляды на процессы стереотипизации мешают пониманию поведения людей и собственных стереотипов.

## II

Откуда берутся стереотипы? Стереотипам, как и культуре, обучаются различными путями. Обычно они усваиваются в процессе социализации. Поскольку стереотипы представляют собой часть культуры, то «привычку» думать о других группах определенным образом люди «всасывают с молоком матери». Причем это касается не только того, как выглядят чужие группы в наших глазах, но и наших представлений о том, как выглядит собственная группа в представлениях чужих групп. Стереоти-

пы чаще всего приобретаются в процессе общения с теми людьми, с которыми человек проводит большое количество времени. Это родители, друзья, сверстники, учителя и т.д. Если, например, дети слышат, когда их родители говорят, что «русские слишком простодушны», или что «цыганам в глаза смотреть нельзя, — обманут», то они заучивают стереотипы. Стереотипы могут развиваться через ограниченные личные контакты. Например, если вас на рынке обманул азербайджанский торговец, то вы можете заключить, что все азербайджанцы лживы. В этом случае стереотип приобретается исходя из ограниченной информации.

Особое место в образовании стереотипов занимают средства массовой информации. Их привлекательность заключается в том, что с их помощью за короткий промежуток времени можно заполнить актуальные информационные пробелы, касающиеся групп, о которых нет четкого представления. Однако искаженные образы многих этнических групп также являются продуктами деятельности СМИ.

Таким образом, можно сказать, что все без исключения индивиды, имеют определенные стереотипы относительно других групп людей. Более того, всякий раз, общаясь с представителями других культур, люди вынуждены применять свои «знания» о данной культурной группе или, проще говоря, использовать стереотипы [5]. Осознание этого факта подразумевает постановку ряда задач перед коммуникантами, например, до какой степени стоит «доверять» стереотипам, и как с ними следует обходиться.

### III

Совершенно не обязательно рассматривать стереотипы как зло, которое следует искоренять. Более того, стереотипы просто необходимы. Люди намного легче воспринимают окружение при встрече с другой культурой, если они уже информированы (т.е. имеют стереотип) о данной культуре. Например, если вам предстоит поездка в другую страну, то вы стараетесь получить как можно больше *любой* информации как о самой стране, так и о людях, ее населяющих, часто не задумываясь, насколько такие знания стереотипны. Тем не менее, при первых межкультурных контактах без этой информации трудно обойтись, так как она помогает узнать, с чем придется столкнуться в другой культуре. В этой связи возникают два вопроса: во-первых, насколько информация об интересующем объекте соответствует действительности, или насколько истинны или ложны наши стереотипы? Второй вопрос предполагает объяснение того, как возникают стереотипы и как они функционируют.

Для определения степени истинности стереотипов можно выделить три особенности. Во-первых, если с позиции двух (или более) групп выражается единодушие относительно характеристик третьей (стереотипизируемой) группы, то считается, что данные стереотипы более истинны. Во-вторых, если между группами долгое время поддерживаются глубокие и устойчивые контакты, то это приводит к увеличению реальных

характеристик в их взаимных стереотипах. В-третьих, высокая согласованность между восприятием группы самой себя и ее восприятием чужой группой также считается критерием истинности стереотипов [6]. Отмечая несомненную важность выявления истинности стереотипов, следует подчеркнуть, что в ситуации межкультурных контактов более интересным представляется ответ на второй вопрос. Это важно потому, что не только степень истинности или ложности представления о другой группе определяет характер последующей коммуникации. Даже зная о высокой степени истинности (ложности) наших стереотипов, мы всегда вынуждены искать пути для эффективного общения, стремиться избежать затруднений, постоянно сопровождающих коммуникацию, которые возникают вследствие существования стереотипов, как истинных, так и ложных.

Чтобы построить эффективную коммуникацию, необходимо понять, как следует обходиться со стереотипами и уяснить, как они возникают и функционируют. В. Бергманн [7] разделяет существующие теории объяснения возникновения стереотипов на четыре большие группы. Коснемся сути каждого из четырех подходов.

1. Теории индивидуальной психологии и психодинамические теории личности объясняют возникновение стереотипов через внутриличностные конфликты и недостаточное развитие. Объяснение стереотипов имеет отчетливую психоаналитическую окраску. Согласно данному подходу, стереотипы возникают вследствие неадекватной переработки индивидом своих внутренних конфликтов и выводом их наружу. Индивид пытается решить свои внутренние конфликты, используя поддержку защитного механизма создания стереотипов. В зависимости от теории, ударение делается на различных конфликтах: эдипов конфликт, авторитарное воспитание ребенка, фрустрация и т.д. [7].

2. Когнитивные теории социального восприятия источниками стереотипов считают основополагающие формы нашего восприятия и процессов мышления. Для когнитивной психологии стереотипы представляют собой процессы «нормальной» переработки информации социального восприятия. Для сохранения и поддержки ориентации в окружающем мире поступающее восприятие должно быть упорядочено. В итоге получается так, что воспринятые категории принимают определенный порядок, выучиваются в процессе воспитания. Внешние и социальные различия, такие как пол, этническая принадлежность, одежда, стиль речи и т.д. образуют выученные в ходе социализации признаки, согласно которым индивиды «распределяются» по категориям [Op. cit.].

3. Теории социальных групп приписывают возникновение стереотипов конкуренции и развитию конфликтных ситуаций между группами. К ним относятся многочисленные социально-психологические и социологические подходы. Считается, что этноцентристская переоценка собственной группы увеличивает ее внутреннюю гомогенность и тем самым облегчает внутренние процессы принятия решений и укрепляет дружеские отношения внутри группы. Высокий уровень этноцентризма

способствует повышению мотивации работать для группы и облегчает обучение групповым нормам. В то же время этноцентризм приводит к искаженному восприятию чужих групп, повышенной конфликтности и образованию негативных стереотипов. Причем процессы образования стереотипов активизируются, если группы находятся между собой в конкурентных отношениях [7, S. 15].

4. Теории социального (и культурного) обучения индивидов и групп делают акцент не на возникновении, а на объяснении процессов передачи и распространения стереотипов. Эти теории исходят из того, что в каждой культуре существует относительно постоянный набор установок, норм и ценностей, регулирующий отношение к другим этническим группам. В соответствии с этой позицией, стереотипизация происходит обычно не на основании личного опыта и конфликтов с членами других групп, а посредством передачи уже существующих стереотипов. Объяснение функционирования стереотипов, согласно этому подходу, предполагает, что имеющиеся отношение и оценки других групп выучиваются в непосредственном взаимодействии с социальным окружением с помощью определенных механизмов научения, таких как имитация, идентификация, наблюдение, запреты и штрафы и т.д. [Op. cit.].

Все вышеизложенные подходы имеют свои сильные и слабые стороны. Наиболее важным является вопрос о том, какие теории могут быть использованы в контексте межкультурной коммуникации. Очевидно, что, например, с помощью психодинамических теорий личности можно объяснить возникновение экстремальных негативных стереотипов у отдельных индивидов, однако они едва ли могут быть полезны для объяснения возникновения и распространения так называемых «нормальных» стереотипов, со слабо выраженной эмоциональной составляющей. Объяснения стереотипов, даваемые теорией когнитивной психологии, кажутся более подходящими для этой цели. Согласно когнитивной парадигме, стереотипы рассматриваются не как процессы искажения и неверного суждения о других группах, а как следствие использования механизмов социальной категоризации, оценки и построения атрибуций. Однако и этого подхода явно недостаточно, чтобы объяснить коллективный характер стереотипов. Ответ на этот вопрос предполагает использование теории социальных групп, в которой в основном рассматривается групповой характер стереотипов, возникающих в ходе конкуренции между группами. Теории культурного обучения также представляют интерес для межкультурной коммуникации, поскольку стереотипы выучиваются нами в процессе социализации и тесно связаны с культурными традициями.

Несмотря на явный интерес специалистов по межкультурной коммуникации к вышеизложенным подходам, следует отметить, что каждый из них в отдельности является мало пригодным, чтобы стать теоретической основой для объяснения стереотипов, рассматриваемых в контексте межкультурных взаимодействий. Подход Б. Шлёдера [8] делает попытку «согласовать» некоторые вышеприведенные теоретические рассуждения и связать их с результатами исследований стереотипов и предрассудков.

Для Шлёдера стереотипы являются некими *ориентировочными образцами*, возникающими вследствие проблем понимания между разными культурными группами. Коммуникация и взаимодействие нуждаются в общих «кодах понимания» (системах символов). Данные коды охватывают язык, правила поведения, нормы и ценности и т. д., образуя единое коммуникационное пространство. Эти коды образуют для участников коммуникации не только средство понимания, но также управляют их мыслительными процессами, чувствами и действиями и тем самым выражают совместное (общее) объяснение и понимание мира. Единое миропонимание выстраивает особые отношения между людьми, поддерживает внутригрупповую идентичность и одновременно эмоционально ограничивает «свою» культурную группу от других групп.

В случае отсутствия таких общих «кодов понимания», как, например, в процессе взаимодействия между представителями разных культур, возникает необходимость описания и толкования образцов поведения, поскольку построение единого коммуникативного пространства становится невозможным. Это служит причиной возникновения процессов типологизации и стереотипизации.

#### IV

Какие функции выполняют стереотипы? В предыдущих рассуждениях уже обсуждалась необходимость стереотипов, их некоторые характеристики и та роль, которую они играют в коммуникации представителей разных культур. Теперь следует коснуться основных функций стереотипов, которые они выполняют в процессе межкультурного взаимодействия.

Для процесса межкультурной коммуникации особое значение имеют следующие функции стереотипов [9].

1. Передача относительно достоверной информации.
2. Ориентирующая функция.
3. Влияние на создание реальности.

1. *Функция передачи относительно достоверной информации* основана на процессах «глобального» обобщения, происходящих при наблюдении яркого, бросающегося в глаза, необычного поведения и образа мыслей членов другой культурной группы. В ходе первых контактов в чужой культуре, когда необходимо дать описание чего-либо незнакомого, происходит классификации новой информации, создается относительно четкая модель этой культуры, которая укладывается в определенную схему и содержит одинаковые признаки. Это приводит, как правило, к упрощению и генерализации реальности. Попадая в чужую культуру, люди склонны к обобщению и упорядочиванию всего, что они видят. Поэтому из всего многообразия создаются четкие контуры чужой культуры и дается характеристика ее представителей по определенным признакам.

2. *Ориентирующая функция* заключается в том, что с помощью стереотипизации людям удается создать упрощенную матрицу окружаю-

шего мира, в ячейки которой, с опорой на стереотипы, «расставляются» определенные социальные группы. Это позволяет довольно быстро дифференцировать людей по группам на основе стереотипных признаков, ожидая от них определенного поведения. Таким образом, стереотипы помогают нам «распределить» социальное окружение на обозримые и понятные группы и тем самым позволяют уменьшить сложность незнакомого культурного окружения.

3. *Функция влияния на создание реальности* заключается в том, что с помощью образования стереотипов нам удастся четко разграничить свою и чужую этнические группы. Это является своего рода «защитным механизмом», служащим для сохранения позитивной идентичности собственной культурной группы. Такое разграничение связано также с понятием «ингруппового фаворитизма», подразумевающего формирование более позитивного образа собственной культуры по сравнению с другими [10]. В этом случае стереотипы, создавая определенную реальность, консолидируют собственную культурную группу и обозначают ее границы. Примером могут служить «стереотипы-поговорки» или анекдоты, существующие в каждой культуре. «Незванный гость — хуже татарина», «что русскому хорошо, то немцу — смерть». В таких поговорках можно увидеть вполне конкретный образ другой группы. Говоря о феномене стереотипизации и том воздействии, которое оказывают стереотипы на процессы межкультурного взаимодействия, О. Рёш [9] выделяет следующие основные моменты.

1. Стереотипы являются целостными «картинками в голове». Они перенимаются в готовом виде в процессе социализации индивидов.

2. При недостаточном личном опыте стереотипы (как «целостные картинки») с трудом поддаются критическому пересмотру, поскольку нет значимого повода проверять «достоверность» источника информации. Поэтому стереотипные представления используются уже как «знание» о чем-либо, т.е. перенимаются некритически.

3. Стереотипы в незначительной степени относятся к отдельно взятому конкретному индивиду. Они проецируются в основном на большие социальные группы, причем члены этих групп остаются анонимными. Личный опыт общения с представителями чужой культуры обычно не приводит к корректировке стереотипа, даже в том случае, если отклонение от уже имеющегося представления очевидно. В этом случае собственный опыт интерпретируется как исключение, а существующий стереотип продолжает рассматриваться как норма.

4. Представление о другой культуре является одним из видов знания о мире, которое «записывается» членами определенной культурной группы в его коллективную память. Таким образом, имеющаяся «картинка» некоторой культурной группы в коллективной памяти другой группы является результатом процесса идентификации.

5. Стереотипы искажают восприятие действительности. Восприятие чужой культуры селективно. Люди склонны, по большей части бессознательно, искать (и, естественно, находить) подтверждения так называ-

емых «типичных» как положительных, так и отрицательных черт в чужой культуре.

6. Стереотипы носят эмоциональный характер. Именно эмоциональная сторона стереотипов, имеющая иррациональный характер, сводит на нет все попытки борьбы с ними.

7. Стереотипы стабильны. Как иррациональные оценки они слабо верифицируемы и нелегко поддаются замене. Они представляют собой культурные феномены, долгое время передаваемые из поколения в поколение.

## V

Люди, принадлежащие к различным культурам, обладают разным пониманием мира, что делает коммуникацию с «единой» позиции невозможной. Сообразуясь со своей собственной культурой, люди сами определяют, какие факты и в каком свете они видят. Это существенно влияет на характер коммуникации с представителями других культур, определяя их к классу «хороших» или «плохих». Например, при обращении с оживленно жестикулирующими во время разговора итальянцами у немцев, привыкших к другому стилю общения, может сложиться стереотип о «взбалмошности» и «неорганизованности» итальянцев. У итальянцев, в свою очередь, может сложиться стереотип представления о немцах как о «холодных» и «сдержанных» и т. д. Стереотипы, как и другие виды категорий, могут быть полезны или вредны в зависимости от того, как они используются. Как уже подчеркивалось выше, эффективная стереотипизация помогает людям понимать ситуацию и действовать в соответствии с новыми обстоятельствами. Поэтому стереотип может не только быть препятствием в коммуникации, но и приносить определенную пользу. Это возможно в следующих случаях [11].

1. Если сознательно придерживаются стереотипа. Индивид должен понимать, что он описывает групповые нормы, групповые черты и характеристики, а не специфические качества, свойственные отдельно взятому индивиду из данной группы.

2. Если стереотип является описательным, а не оценочным. Это предполагает описание в стереотипах того, что могут представлять собой люди данной группы на самом деле, но не оценивать этих людей как хороших или плохих.

3. Если стереотип точен. Это означает, что стереотип должен предельно точно описывать нормы группы, к которой принадлежит человек.

4. Если стереотип является лишь догадкой о характере группы, но не прямой информацией о ней. Это означает, что первое впечатление о группе не всегда является полной характеристикой об индивидах данной группы.

5. Если стереотип модифицирован. То есть основан на дальнейших наблюдениях и опыте общения с реальными людьми или исходит из опыта реальной ситуации. Следует особо отметить, что стереотип, нахо-

дящийся на уровне подсознания, трудно модифицировать, искоренить и отказаться от него, даже после того, как будет собрана реальная информация о человеке, потому что часто кажется, что стереотип отражает реальность. И если подсознательный стереотип недостаточно точно описывает человека или ситуацию, то, скорее всего, ошибочное и часто вредное видение реальности будет сохраняться и развиваться.

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 *непосредственная информация* о них. Стереотипы становятся неэффективными и затрудняют коммуникацию в том случае, когда людей относят к неверным группам, некорректно описываются групповые нормы, когда стереотипы смешиваются с описанием определенного индивида и когда людям не удастся модифицировать стереотипы, основанные на их реальных наблюдениях и опыте. Таким образом, стереотипы могут стать серьезной помехой при межкультурных контактах.

В целом, выделяют следующие причины, по которым стереотипы могут препятствовать межкультурной коммуникации [12]. Во-первых, за стереотипами не удастся выявить индивидуальные характеристики людей. Стереотипизация предполагает, что все члены группы имеют одинаковые черты. Такой подход применяется ко всей группе и к отдельному индивиду на протяжении определенного промежутка времени, несмотря на индивидуальные вариации.

Во-вторых, стереотипы повторяют и усиливают определенные убеждения и верования до тех пор, пока люди не начинают их принимать за правду. В-третьих, стереотипы основываются на полуправде и искажениях. То есть имея в себе реальные характеристики стереотипизируемой группы, стереотипы искажают действительность, и дают неточные представления о людях, с которыми мы взаимодействуем. Мы сами, однако, в большинстве случаев считаем свои стереотипы истинными, не осознавая того факта, что наше восприятие селективно.

## VI

Близким, но, тем не менее, отличным от стереотипа понятием, является *предрассудок*. Что общего между стереотипом и предрассудком? Г. Олпорт [2] определяет предрассудки как антипатию, которая основывается на ошибочном и устойчивом обобщении. Они могут находить свое выражение как на вербальном уровне, так и на уровне ощущений. Предрассудки могут быть отнесены как ко всей группе, так и к отдельному индивиду, как члену этой группы. Если стереотипы показывают нам, какова группа и какими характеристиками обладают ее члены, то предрассудки говорят о том, какие чувства мы склонны испытывать по отношению к этой группе. Предрассудок представляет собой отрицательную или враждебную оценку индивида, принадлежащего к определенной группе, только потому, что он является членом этой группы, и поэтому пред-

полагается, что он обладает негативными качествами, приписываемыми этой группе [4]. Считается, что предрассудки содержат сильную эмоциональную компоненту и неразрывно связаны с эмоциями, причем негативного характера. Для предрассудков характерно бездумное негативное отношение или набор отношений ко всем или к большинству членов группы. Сюда входят расизм, сексизм, гомофобия, дискриминация по возрастному признаку и т.д. Предрассудки обычно бывают направлены на людей, отличных от большинства, трудно поддаются коррекции и содержат в себе, чаще всего, максимально негативные оценки. Высказывания типа «члены группы X — глупые» или «члены группы Y — жадные» являются примерами того, что предрассудки тесно связаны с негативными оценками. Стереотипы, в свою очередь, рассматриваются многими исследователями как когнитивные убеждения без ярко выраженной эмоциональной окраски, содержащие в себе возможность позитивных суждений о стереотипизированной группе. Более четкое разделение предрассудков и стереотипов на практике не представляется возможным. Поэтому в специальной литературе нередко практикуется совместный анализ стереотипов и предрассудков.

Б. Шефер [13] полагает, что предрассудки образуют устойчивые обобщенные убеждения о поведении и качествах членов других групп, создаваемые в рамках и с позиции собственной культуры. Эти убеждения имеют когнитивное, развивающееся в негативном направлении содержание, не совпадающее с собственной интерпретацией членов рассматриваемых групп, и образуют рамки, в которых интерпретируется взаимодействие с этой группой. К важнейшим характеристикам предрассудка можно отнести следующие [8].

1. Предрассудки являются всеобщими отвлеченными характеристиками, которые каким-либо образом описывают определенную группу людей.
2. Они специфичны, поскольку направлены на ограниченную группу людей, которая может быть идентифицирована согласно эмпирически определяемым признакам (например, пол, цвет кожи, возраст, и т.д.).
3. Предрассудки имеют когнитивное содержание, поскольку относятся к характеристикам и видам поведения групп, а также описывают их.
4. Предрассудки связаны с каким-либо общим негативным суждением.

## VII

Как формируются предрассудки? Как и стереотипы, предрассудки видятся как элементы культуры. Они являются устойчивыми и широко распространенными признаками общества, которые передаются его членами из поколения в поколение и получают мощную поддержку при помощи обычаев или санкций правовой системы [14]. Предрассудки встроены в культуру в форме нормативных заповедей, что означает наличие представлений о том, «что и как должно быть», каким образом следует относиться к членам определенных внешних групп. Как и стереотипы,

предрассудки «выучиваются» в процессе социализации и исходят из разных источников, в первую очередь, таких как родители, учителя, приятели, и кристаллизуются под влиянием культурно-групповых норм и ценностей. То есть предрассудки в большинстве случаев возникают не из опыта межкультурного общения, а посредством усвоения уже имеющихся (у нашего окружения) предрассудков. Функционирование и распространение предрассудков находит свое теоретическое объяснение в тех же подходах, которые используются для объяснения функционирования и распространения стереотипов, рассмотренных выше. К вышеизложенным подходам следует добавить лишь то, что формирование предрассудков часто связывается с потребностью людей определить свое положение по отношению к другим, в особенности, когда это необходимо, чтобы подчеркнуть превосходство своей этнической группы (и свое, соответственно) в чем-либо. Одновременно с этим уничижаются достижения другой группы и подчеркивается неприязненное отношение к ней. Во многих случаях в основе такого отношения лежат не только культурные, но и социально-экономические факторы, а также конкретная политическая ситуация. В данном случае, по мнению Г. Тэшфела [15], речь идет о социально-экономическом, культурном и нормативном контекстах межгрупповых отношений, которые, в свою очередь, связаны с процессами идентификации и оценки взаимодействующих групп. Причем позитивная идентификация связывается, в основном, со своей культурной группой, а в отношении чужой культурной группы демонстрируется негативная идентификация или даже открытая дискриминация. Поэтому предрассудок имеет более «социальные» корни, в отличие от этнического стереотипа, у которого «культурная» составляющая доминирует над «социальной» [16]. Предрассудки оказывают существенное влияние на процесс переработки информации в коммуникации между представителями разных культур. Построение предрассудка предполагает необходимость суждения в рамках «плохо — хорошо», с явной тенденцией в сторону «плохо», которое выносится в отношении членов другой группы. Например, негативное отношение части коренного населения к группам меньшинств (будь то евреи, чеченцы, вьетнамцы и т. д.), объясняется именно наличием предрассудков.

## VIII

Нередко отношение к предрассудкам преподносится как дихотомия: предрассудки либо есть, либо их нет. Однако такой взгляд кажется слишком упрощенным. В этой связи особый интерес вызывает позиция Р. Брислин [17], согласно которой предрассудки имеют несколько уровней и могут варьироваться (от низкого к более высокому). Это означает, что каждый человек постоянно имеет определенный уровень предрассудков. Согласно данному подходу, выделяется шесть типов предрассудков.

1. *Яркие необоснованные предрассудки*, согласно которым открыто декларируется, что члены чужой группы по каким-то признакам, выдвигаются

нутым членами своей группы стоят «ниже» и, соответственно, являются «хуже», чем представители собственной группы.

2. *Символические предрассудки* предполагают наличие негативных чувств в отношении членов чужой группы, поскольку они воспринимаются как угрожающие культурным базовым ценностям собственной группы.

3. *Токенизм* означает предоставление официального преимущества представителям определенных групп (например, этнических меньшинств) в обществе, чтобы создать видимость справедливости. Токенизм предполагает наличие негативных чувств по отношению к чужой группе, однако члены собственной группы не хотят признаться себе в том, что у них есть предрассудки в отношении других.

4. *Предрассудки «длинной руки»* подразумевают позитивное поведение по отношению к членам чужой группы только при определенных обстоятельствах (например, случайное знакомство, формальные встречи). В ситуации более близкого контакта (например, соседство) демонстрируется недружелюбное поведение.

5. *Фактические пристрастия и антипатии* предполагают наличие реального негативного отношения к членам чужой группы, в случае если их поведение действительно не устраивает членов собственной группы.

6. *«Знакомое и незнакомое»*. Эта форма предрассудков говорит о том, что контактируя с членами чужой группы люди всегда в той или иной степени чувствуют себя неудобно и предпочитают взаимодействовать с людьми собственной группы, поскольку такое взаимодействие менее стрессогенно. Это самый низкий уровень предрассудков.

## IX

Как видно из предыдущих рассуждений, в ситуации межкультурных контактов стереотипы и предрассудки играют очень важную роль. Они жестко «встроены» в систему индивидуальных ценностей, являются ее составной частью и обеспечивают своеобразную защиту позиций индивида в обществе. По этой причине стереотипизация имеет место в каждой межкультурной ситуации. Поэтому обычно говорят об этнических стереотипах (предрассудках), которые отличаются особой «живучестью». Если людям бывает относительно легко отказаться от предрассудка относительно автомобилей, телевизоров и т.д. той или иной марки, то негативное мнение о какой-либо этнической группе изменить гораздо сложнее. Стереотипы и предрассудки с трудом поддаются корректировке, и если они однажды были приняты, то от них очень трудно отказаться. Можно попытаться оказать влияние на формирование и изменение предрассудков, используя средства массовой информации. Однако и в этом случае, чтобы изменить предрассудок, могут потребоваться годы. К тому же, предрассудок нельзя убрать «совсем», вычеркнуть из сознания людей, его можно лишь сделать более подробным, модифицировать, описать и сделать доступным для понимания. Поэтому было бы наивно по-

лагать, что изменение стереотипов и предрассудков является несложным делом, быстро осуществимым при помощи социальных технологий или других методик. Стереотипы и предрассудки меняются очень медленно и с большим трудом. Фактически, люди склонны помнить ту информацию, которая поддерживает предрассудок, и игнорировать информацию, которая им противоречит. Поэтому если стереотипы и предрассудки были когда-либо усвоены, то они проявляются в течение длительного времени. К тому же без употребления этих предельно общих, культурно специфических схем оценки, как собственной группы, так и других культурных групп невозможно обойтись, поэтому анализ стереотипов и предрассудков является необходимой предпосылкой для успешного межкультурного общения.

### **Литература**

1. Lippmann W. Public opinion. N.Y., 1922.
2. Allport G. The nature of prejudice. N.Y., 1958.
3. Quasthoff U. Etnozentrische Verarbeitung von Informationen: Zur Ambivalenz der Funktionen von Stereotypen in der Interkulturellen Kommunikation // *Wie verstehen wir Fremde? Aspekte zur Klärung von Verstehensprozessen* / Hrsg. P. Matusch. München, 1989.
4. Bergier R., Six B. Stereotype und Vorurteile // *Handbuch der Sozialpsychologie* (2. Halbband) / Hrsg. von C.F. Graumann. Göttingen, 1972.
5. Aronson E. Vorurteile // *Aronson Elliot: Sozialpsychologie. Menschliches Verhalten und gesellschaftlicher Einfluß*. 6. Aufl. Heidelberg, 1994.
6. Стефаненко Т. Этнопсихология. М., 1999.
7. Bergmann W. Psychologische und soziologische Theorien zu Vorurteil und Diskriminierung // *Lerntag über Vorurteilsforschung heute. Gemeinsam mit der Research Foundation for Jewish Immigration* / Hrsg. von H.-A. Strauss, W. Bergmann. N.Y., 1987.
8. Schloder B. Soziale Vorstellungen als Bezugspunkte von Vorurteilen // *Vorurteile und Einstellungen. Sozialpsychologische Beiträge zum Problem sozialer Orientierung* / Hrsg. von B. Schafer, F. Petermann. (FS Reinold Begler). Köln, 1998.
9. Rosch O. Mit Stereotypen leben? Wie Deutsche und Russen sich heute sehen // *Interkulturelle Kommunikation in Geschäftsbeziehungen zwischen Russen und Deutschen* / Hrsg. von O. Rosch. Wildau, 1998.
10. Social Categorization in the Social Psychology of Intergroup Relations / Ed. H. Tajfel. London, 1978.
11. Adler N. International Dimensions of Organizational Behavior. Boston, 1991.
12. Samovar L., Porter R., Stefani L. Communication between Cultures. Wadsworth Publishing Company, 1998.
13. Schafer B. Entwicklungsebenen der Stereotypen- und Vorurteilsforschung // *Vorurteile und Einstellungen: Sozialpsychologische Beiträge zum Problem sozialer Orientierung* / Hrsg. von B. Schafer, F. Petermann. Köln, 1988.
14. Levin J. The Functions of Prejudice. N.Y., 1975.
15. Tajfel H. Social Identity and Intergroup Relations. Cambridge, 1982.
16. Солдатова Г. Психология межэтнической напряженности. М., 1998.
17. Brislin R. Increasing the Range of Concepts in Intercultural Research: The Example of Prejudice // *Intercultural Theory and Practice* / Ed. by W. Davey. Washington, D.C., 1979.