

Секция «Философия. Культурология. Религиоведение»

Роль языковых стереотипов в формировании сознания индивида

Дворецкова Татьяна Геннадьевна

Студент

Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, Философский

факультет, Москва, Россия

E-mail: dv-siren@yandex.ru

Понятия языкового стереотипа и социального стереотипа тесно связаны. Термин «социальный стереотип» ввел в научный оборот У. Липпман в 1992 году. Он определял социальный стереотип как упорядоченный и схематичный образ в сознании человека, с помощью которого он экономит свои усилия при восприятии социальных объектов (Lippman W., 1966, p.66). Сегодня существует два варианта определения понятия «социальный стереотип». С позиций психофизиологии социальный стереотип определяется как «стереотип динамический»: «Относительно устойчивая система условно-рефлекторных действий высших животных и человека; вырабатывается на привычные, повторяющиеся в определенной последовательности раздражители. Проявления динамического стереотипа – привычки человека, простые трудовые навыки» (Большой Энциклопедический словарь в 2 т., 1991, Т.2). Второй вариант – определение социального стереотипа с позиций социальных наук: «Схематический, стандартизированный образ или представление о социальном явлении или объекте, обычно эмоционально окрашенный и обладающий большой устойчивостью. Выражает привычное отношение человека к какому-либо явлению, сложившееся под влиянием социальных условий и предшествующего опыта» (Большой Энциклопедический словарь в 2 т., 1991, Т.2).

Второе определение значительно более информативно для социальной философии, однако для настоящего исследования особенно интересна точка зрения авторов В. Васина и Б. Кулика, опирающихся в своем исследовании на первое определение. Авторы полагают, что «одним из проявлений динамического стереотипа является система понятий и соответствующих им слов или терминов, с помощью которых человек получает возможность, обращаясь к чужому опыту, познавать мир и выражать свое отношение к миру» (Васин В., Кулик Б. ст. Феномен нового знания: постижение истины или сотворение мифа?). Данную подсистему динамического стереотипа исследователи называют «языковым стереотипом». Действительно, с помощью языковых стереотипов человек получает возможность формировать взаимосвязи объектов внешнего мира, языковые стереотипы помогают человеку осмыслить окружающую действительность. Понятие – это также языковой стереотип. «Мы формируем понятия с тем, чтобы можно было оценивать информацию, принимать решения и действовать соответствующим образом. ... Мы пользуемся этими общими свойствами, которые помогают нам при классификации или категоризации – процессе, посредством которого психологические понятия группируются вместе» (Нацумото Д., 2002, ст.83).

Социальная категоризация по Г. Тэжфелю – это «упорядочивание социального окружения индивида на основе группирований личностей таким образом, который осмыслен для индивида» (Tajfel H., 1978, p.61). Создание понятий и категорий – процесс языковой, который задействует множество языковых стереотипов, поскольку именно с помощью языка, используя принятые в нем правила, мы описываем окружающий мир. Соци-

альная категоризация – это процесс определения черт, которые должны быть присущи определенной группе людей. Основная цель данного процесса – облегчение взаимодействия между индивидами, ориентация субъекта в социальном пространстве.

Язык – орудие внедрения социальных стереотипов в сознание индивида. В процессе приписывания значений объектам внешнего мира индивид активно взаимодействует с обществом. Язык в первую очередь воспроизводит нечто в сознании, однако нечто, о чем говорится, наделено также и смыслом, и помимо воспроизведения самого объекта воспроизводится также его понимание. Придание смысла объектам внешнего мира – задача индивида, но он может самостоятельно осуществлять данную деятельность в данном обществе лишь по определенным правилам, иначе не будет выполнена главная задача коммуникации – он не будет понят.

Главная цель общения - со-общение чего-либо с целью вызвать ответную реакцию. Стереотипы – инструмент для облегчения процесса общения. В процессе общения для достижения определенного результата следует учитывать массу особенностей собеседника, однако если вы находитесь в одном информационном пространстве, найти общий язык проще. В этом случае у Вас с собеседником существует масса общих языковых стереотипов. Считается, что индивиды, находящиеся в одной социальной группе, пользуются одним набором понятий и принятых в данной группе языковых выражений. Таким образом, при желании манипулировать сознанием индивида, принадлежащего к определенной социальной группе, стоит, как известно, разговаривать с ним «на одном языке», используя соответствующие языковые стереотипы. Стереотипы могут также внедряться в сознание масс. Для определенного воздействия может формироваться новый лексикон, целая система понятий, категорий и выражений, созданная для того, чтобы сформировать у индивида определенный взгляд на вещи. Примером нового лексикона служит совдеповский язык. Язык формирует определенный склад мышления. Некоторые выводы на специально созданных «новоязах» сделать просто невозможно, как невозможным будет и употребление «неподходящих» понятий.

Каждая эпоха и каждое общество характеризуется своими языковыми стереотипами. Они отражают идеологию данного общества, передают изменения, происходящие в нем, преподносят схему мышления индивида, живущего в данном обществе. Языковые стереотипы формируют сознание индивида, и без их исследования трудно сделать правильные выводы о процессе развития общества.

Литература

1. Большой Энциклопедический Словарь в 2 т. Т.2. М., Советская энциклопедия. 1991.
2. Васин В., Кулик Б. Антиинтеллектуальные размышления двух людей, живущих по разные стороны океана (научный редактор проф., д.ф.н. В.А. Кувакин). М.: Российское гуманистическое общество. 2003: <http://logic-cor.narod.ru/fenom0.htm>.
3. Лосев А.Ф. Знак. Символ. Миф. Издательство Московского университета. 1982.
4. Нацумото Д. Психология и культура. СПб. 2002.
5. Lippman W. Public Opinion. NY. 1966.

6. Tajfel H. Differentiation between social groups. London: Academic Press. 1978.