

3. Матуйзо, Д.Ю. Феномен традиционной культуры в современном обществе: к проблеме определения понятия / Д.Ю. Матуйзо // Культура : открытый формат – 2013 (библиотекведение, библиографведение и книговедение, искусствведение, культурология, музееведение, социокультурная деятельность) : сборник научных статей / Белорусский государственный университет культуры и искусств. – Минск, 2013. – С. 81–85.

Скороходкина Д.Н., студ. 411 гр.

Научный руководитель – Чернявская Ю.В.

СТЕРЕОТИП КАК ОСНОВА ФОРМИРОВАНИЯ КУЛЬТУРНОЙ НЕПРИЯЗНИ

Составляя собирательный образ взглядов современного общества, нетрудно заметить одно общее распространённое мнение: другие культуры, нации, мультикультурализм, меньшинства, различия воспринимаются обществом как проблема. Как проблема, которую каким-то образом нужно решать. Как проблема, потому что существует глубоко укоренившийся образ «своего» и «чужого». Как проблема, потому что общество тяготеет к одинаковости, которая как бы гарантирует отсутствие угрозы со стороны «чужого». Под угрозой же, видимо, понимается возможность разрушение привычного, знакомого, выход из рамок «своего» и перестройка своих мнений и ценностей. Настоящая же проблема как раз и заключается в закрытости и «единственности» общества.

Каждая человеческая общность (семья, студенческая группа, жители столицы, представители одной культуры) в определённом смысле строится

на противопоставлении образов «своего» и «чужого». Каждое общество стремится к упорядочиванию себя (посредством языка, начиная с наречения вещей; через социальные и политические институты; законы морали; нормативные и общественные правила и т.д.), т.е. сотворения и поддержания своего внутреннего Космоса. Соответственно, если некоторое общество, культура воспринимается как Космос, отличная от неё будет отождествляться с Хаосом – чем-то неупорядоченным, чуждым, неправильным и враждебным, нарушающим свой Космос.

Формированию образа «чужого» сильно способствует существование стереотипов. Термин «стереотип» был впервые введён Уолтером Липпманом в книге «Общественное мнение». Так, в его работе стереотип выводится как упрощенное, заранее принятое представление, не вытекающее из собственного опыта, заставляющее видеть происходящее в заданных рамках [2].

Джек Нахбар и Кевин Лаузе, авторы исследования «Введение в Популярную Культуру» (Popular Culture: An Introductory Text), отмечают, что стереотипы являются составной частью массовой культуры. Они могут формироваться на основе возраста («Молодежь слушает только рок-н-ролл»), пола («все мужчины хотят от женщин только одного»), расы («японцы неотличимы друг от друга»), религии («Ислам – религия террора»), профессии («все адвокаты – жулики») и национальности («все евреи – жадные»). Существуют также стереотипы географические (например, «жизнь в небольших городах безопасней, чем в мегаполисах»), вещевые (например, «германские машины – самые качественные») и пр. Интересно то, что, как отмечают авторы исследования, стереотипы в большинстве случаев носят нейтральный характер, однако при их переносе от конкретного человека на группу людей (социальную, этническую, религиозную, расовую и пр.) часто приобретают негативный оттенок.

Именно на стереотипах основаны такие явления, как расизм, сексизм, исламофобия и пр. [5].

Разумеется, в данной работе нас, в первую очередь, интересуют стереотипы этнические – возникающие между представителями разных этносов. И следует сказать, что такой тип стереотипа – самый распространённый. Стереотипы возникают из необходимости реконструировать реальность, выходящую за рамки собственного опыта. Т.к. человек не может наблюдать все события, с которыми ему приходится иметь дело и строить суждения, он обращается к опыту других людей. Интересно то, что, согласно Липпману, мы воспринимаем мир через стереотипы нашей культуры и вычлняем и воспринимаем только те предметы и явления, которые уже заложены культурой, которая нас взрастила [2].

«Если то, на что мы смотрим, совпадает с тем, что мы ожидали увидеть, стереотип получает дополнительное подкрепление на будущее. Например, человек, который заранее полагает, что японцы хитры и коварны, и, к своему несчастью, наталкивается на двух нечестных японцев, будет и впредь считать всех японцев обманщиками. ... В повседневном мире именно предшествующее получению соответствующих данных суждение содержит в себе вывод, который должен подтверждаться этими данными» [2, с. 111, 129].

Итак, одни и те же высказывания, одни и те же события представители разных культур видят и интерпретируют по-разному. В основе их восприятия лежат разные стереотипные, знаковые системы. При наличии одного и то же денотата, коннотации будут различаться. Вследствие этого не такой удивительной предстаёт ситуация проявления страха и агрессии, ведь тот, кто видит ситуацию по-другому, либо отвергает очевидные для нас факты, либо наши ценности, либо просто-

напросто является душевнобольным, а значит его мнение ошибочно и опасно. Не учитывается то, что мы, также являясь носителями отличной от оппонента культуры, с его позиции видим ситуацию точно также ошибочно, точно так же перевираем очевидные факты.

Данные утверждения правдивы даже в случае общения людей в пределах одной культуры, но обладающих разным житейским, профессиональным, социальным опытом. Описание изображённого на картине Пабло Пикассо «Герника», а также трактовка изображённого будут отличаться у человека 31-го года и ребёнка 5-ти лет, у рабочего строительной бригады и кандидата культурологии: будет отличаться лексика, уровни интерпретации. А, например, представитель, так называемых, примитивных культур Полинезии может вообще не увидеть ни одного образа, не наделить картину ни единым смыслом.

«Стереотип столь последовательно и авторитетно передается из поколения в поколение, что кажется присущим физиологии индивида» [2, с. 107]. В этом утверждении Липпмана видится опасность стереотипов. Опасность заключается в том, что зачастую стереотипические представления совсем не видятся их носителями как некоторые приобретённые и навязанные идеи. Человек уверен, что это его собственное мнение на тот или иной счёт. А в реальности, оказываясь под властью стереотипов, человек уже не имеет нужды мыслить критически – у него на все вопросы и проблемы есть готовые реакции и ответы, которые более того одобряются обществом через так называемое общественное мнение, выраженное, в первую очередь, в масс-медиа.

Липпман продолжает свою мысль: «но, разумеется, не существует никаких научных данных, которые позволили бы кому-то доказать, что люди рождаются с политическими привычками страны, где они появляются на свет. ... Следовательно, до тех пор, пока мы не научимся

принимать во внимание различия в воспитании двух людей, мы должны воздерживаться от суждений по поводу их природных различий» [2, с. 107].

1. Лазарсфельд, П. Массовая коммуникация, массовые вкусы и организованное социальное действие: пер. с англ. / П. Лазарсфельд, Р. Мертон. – М. : Аспект-пресс, 2000. – 365 с.

2. Липпман, У. Общественное мнение / У. Липпман. – М. : Институт Фонда «Общественное мнение», 2004. – 382 с.

3. Морозов, И.В. Пути – уроки нашей культуры / И.В. Морозов. – Минск : БГУ, 2012. – 423 с.

4. Почепцов, Г.Г. Теория коммуникации / Г.Г. Почепцов. – М. : «Рефл-бук», К. : «Ваклер», 2001. — 656 с.

5. Washington ProFile // Пси-фактор: ресурсный центр по научной и практической психологии [Электронный ресурс]. – 2001–2015. – Режим доступа : <http://psyfactor.org/lib/stereotype.htm>. – Дата доступа : 05.12.2015.

Славинская В.Д., студ. 102 а гр.

Научный руководитель – Сапотько П.М.

ПЕРСПЕКТИВЫ РЕАЛИЗАЦИИ СОЦИОКУЛЬТУРНЫХ ПРОЕКТОВ В ГОД КУЛЬТУРЫ В БЕЛАРУСИ

На основании Указа Президента Республики Беларусь от 28 декабря 2015 г. № 522 2016 год в нашей стране объявлен Годом культуры. Актуальность проведения Года культуры находит отражение в словах А.Г. Лукашенко: «Культура является важным стратегическим ресурсом