



DOI: <https://doi.org/10.15688/lp.jvolsu.2020.2.9>

UDC 130.2:008

LBC 87.22

STEREOTYPING OF THINKING AS A CULTURAL KNOWLEDGE TRANSMISSION FACTOR

Vladimir A. Sidorenko

Saint Luka Lugansk State Medical University, Lugansk

Abstract. Stereotyping of thinking is a direct consequence of the rapidly increasing amount of information transmitted in the system of intra-cultural and intercultural communication. Stereotyping distributes the cognitive load on categorization and systematization of cultural knowledge between subjects of communication, allowing them to save physiologically limited mental resources. Stereotyped information is more adapted for direct use in solving problems facing the individual than unprocessed volumes that require understanding. One of the functions of the stereotype is the role of a socio-cultural filter that passes only the information that is consistent with the already formed system of cognitive schemes of its recipient. From the standpoint of linguistics, the prototype theory is confirmed by the analysis of units expressing the degree of prototypicality. At the same time, stable proto- and stereotypes are transformed into archetypes, this fact has both a positive and negative effect – instead of effective communication schemes in modern conditions, archetyped programs come to life. Communication schemes can activate religious and other cultural attitudes instead of the actual ones which initially were supposed to be used for solving the problem. The fundamentalism of simple images considered as cultural schemes activates the potential for rejection of proto- and stereotypes, undermining their legitimacy. In the prototype-stereotype-archetype chain, the communicative potential of information components increases along with the growth in external influence on the subject's cognitive system. At the same time, the stereotyping of cultural knowledge can be used for collective programming of a social group, determining its common vector of development. Moreover, repeatedly tested and retransmitted stereotypes pass into the category of archetypes, forming the collective basis of a cultural community. In addition to that, an increase in the dependence of an individual on the transmitted information, including stereotypical information, leads to a decrease in his creative potential, forming in modern society a consumer attitude not only to the material world but also to cultural knowledge.

Key words: cultural prototype, stereotype, archetype, cognitive economy, categorization, collective programming.

УДК 130.2:008

ББК 87.22

СТЕРЕОТИПИЗАЦИЯ МЫШЛЕНИЯ КАК ФАКТОР ТРАНСЛЯЦИИ КУЛЬТУРНОГО ЗНАНИЯ

Владимир Александрович Сидоренко

Луганский государственный медицинский университет им. Святого Луки, г. Луганск

Аннотация. Стереотипизация мышления является прямым следствием стремительно увеличивающихся объемов информации, транслируемой в системе внутрикультурной и межкультурной коммуникации. Стереотипизация распределяет когнитивную нагрузку по категоризации и систематизации культурного зна-

ния между субъектами коммуникации, позволяя им экономить физиологически ограниченные мыслительные ресурсы. Стереотипизированная информация более адаптирована для непосредственного использования при решении встающих перед индивидом проблем, чем требующие осмысления необработанные объемы. Одной из функций стереотипа является роль социокультурного фильтра, пропускающего лишь ту информацию, которая согласуется с уже сформированной системой когнитивных схем ее реципиента. С позиций языкознания теория прототипа получает свое подтверждение в результате анализа единиц, выражающих степень прототипичности. При этом устойчивые прото- и стереотипы трансформируются в архетипы, что имеет как положительный, так и отрицательный эффект – вместо эффективных в современных условиях коммуникативных схем оживают архетипизированные программы. Коммуникативные схемы могут активировать религиозные и другие культурные установки вместо актуальных для решения задачи, которые предполагалось задействовать изначально. Фундаментализм простых образов, принимаемых за культурные схемы, активизирует потенциал неприятия прото- и стереотипов, подрывая их легитимацию. В цепи прототип – стереотип – архетип коммуникативный потенциал информационных компонентов растет вместе с повышением внешнего воздействия на когнитивную систему субъекта. В то же время стереотипизация культурного знания может использоваться с целью коллективного программирования социальной группы, обуславливая ее единый вектор развития. При этом многократно проверенные и ретранслированные стереотипы переходят в разряд архетипов, формируя коллективную основу культурной общности. Вместе с тем повышение зависимости индивида от транслируемой информации, включая стереотипичную, приводит к снижению его творческого потенциала, формируя в современном обществе потребительское отношение не только к материальному миру, но и к культурному знанию.

Ключевые слова: культурный прототип, стереотип, архетип, когнитивная экономичность, категоризация, коллективное программирование.

На современном этапе развития общества стереотипы прочно укоренились в нашей повседневной жизни. Формирование стереотипа происходит на основании трансформации прототипа в более устойчивую структуру, оказывающую влияние на всю категорию. Как комбинированное и самостоятельное явление, стереотип упрощает категоризацию, тем самым значительно облегчая весь процесс коммуникации и экономя мыслительные ресурсы. С другой стороны, излишняя стереотипизация зачастую приводит к искажению поступающей информации, приписывая ей определенные свойства и характеристики, которых в действительности явление не имеет. Возможным результатом стереотипизации является и обратный процесс – неполное или неадекватное восприятие действительности, игнорирующее или искажающее ее значимые характеристики. В свою очередь, искаженное восприятие как исходный стимул влечет за собой неоптимальные поведенческие реакции на поступающую информацию. Вследствие воздействия стереотипов на транслируемые антропосферой данные ее рафинированные и максимально эффективные решения приобретают субъективные наслоения, снижающие их качество, взамен интегрируя их в когнитивную систему индивида.

Продолжением развития прото- и стереотипов является архетип, который благодаря еще большей устойчивости и высоким рейтингам надежности переходит из индивидуальной сферы в область «коллективного бессознательного». Процесс перехода прото- и стереотипов в архетипы является экстернализационным направлением коммуникативной деятельности, включающим в себя поставку наиболее надежной индивидуальной информации в антропосферу.

Всегда ли прототип имеет языковое выражение? По данному вопросу взгляды исследователей варьируются в зависимости от применяемой парадигмы. Когнитивная лингвистика включает коммуникативный прототип в более широкое понятие концепта. В то же время прототип в качестве первообраза является многозначным, что привело к тому, что ряд философов (Т. Кун [Kuhn 1996], П.К. Фейерабенд [Feuerabend 1999]) предпочитали использовать не термин «прототип», а категорию парадигмы из-за перегруженности первообраза смыслами из ненаучных сфер.

Лингвистический подход к изучению прото- и стереотипов сводится к знаковым системам, подразумевающим языковую компетенцию пользователя. Однако для всестороннего анализа феномена коммуникативного прототипа

необходим более высокий уровень обобщения, поскольку коммуникативная компетенция является лишь составной частью компетенции социокультурной. Коммуникативный прототип, будучи однажды эмпирически сформированным, закрепляется коллективным социокультурным опытом. Культурная антропология, рассматривающая прототипы как основу коммуникативных схем, в отличие от лингвистики и психологии объясняет в этой ситуации более простой компонент через более сложный. Возможно, именно синергетического аспекта не хватает лингвистам для более полного понимания категории коммуникативного прототипа. Нет энергии слова, если нет энергии заблуждения – Шкловский и Эйхенбаум много сделали для опровержения языкового подхода к категориям мышления, однако структурализм не преодолел тотальности языкового опыта.

Здесь просматривается некоторая аналогия с функционированием искусственного интеллекта, так как многие алфавитно-цифровые машинные системы распознавания основываются на понятии эталона. Если установлено соответствие, буква идентифицируется правильно, при этом методы последовательного и параллельного поиска ускоряют процесс. Наиболее современные компьютерные модели практически способны к «изучению» паттернов. Некоторые из этих компьютеров могут изучать, сохранять и распознавать паттерны [Солсо 2006, 553], однако решение дивергентных задач, выходящих за рамки двоичной системы «соответствует – не соответствует» искусственному интеллекту недоступно, поскольку требует более разветвленной сравнительной структуры «более соответствует – менее соответствует», невозможной вследствие многочисленности компонентов для выражения в бинарной системе.

С другой стороны, кратность ряда значений (паре как минимальному набору) допускает амбивалентное прочтение, ставящее под сомнение представление об общности элементарного состава прототипов. Многие когнитивные лингвисты и антропологи (Пирс, Лотман, Де Соссюр) в качестве определителя предпочитали знак как наименее безобидный фрагмент категории, считая его единственным неделимым атомом коммуникативной схемы. Правда, де Соссюр относил к произвольным

элементам и знак [De Saussure 2011], однако будучи помещенным в язык он теряет изначальные нейтральные качества при конкретизации и использования в виде индекса.

Бинарный подход, являющийся основой классической диалектики, в начале 2000-х гг. был расширен до триалектики, пенталектики и т. д. (префикс зависит от числа аттракторов в системе) [Иванов 2001]. Поскольку сила диалектического противоречия является силой, обуславливающей поведение системы, то она представляет собой управляющий системный аттрактор. В диалектике присутствуют два аттрактора-антагониста, выступающих в роли семантических дифференциалов. Но количество аттракторов может быть любым – от нуля (алектические системы) до множества (полилектические системы). В таком случае коммуникативную схему с ее единственным аттрактором-прототипом можно рассматривать и как монолектическую, и как диалектическую с двумя аттракторами (прототип и объект категоризации).

В соответствии со стадиями получения, интериоризации и применения культурной информации эффекты когнитивных стереотипов можно разделить на 6 групп: избирательность восприятия, ошибочность категоризации, чрезмерность обобщений, безосновательность выводов, полярность мышления, необоснованность ожиданий [Кузнецов 2008, 173].

Избирательность восприятия заключается в концентрации внимания на определенных аспекта поступающей информации и отторжении тех, которые по каким-то причинам не соответствуют стереотипу. Это объясняется наличием у стереотипа чрезвычайно прочных системных связей с уже сформированными фрагментами культурного знания, в то время как вновь поступающие данные такими связями не обладают.

Следующая ступень воздействия стереотипа – ошибочная категоризация. Игнорируя одни аспекты входящей информации и гипертрофируя другие, стереотип может перетягивать в свою категорию фрагменты, к ней не относящиеся. Например, попытка героизировать какого-либо исторического персонажа может столкнуться с тем, что данная личность не соответствует уже сформированному стереотипу героя, вследствие чего в категорию «герои» не попадет.

Под чрезмерным обобщением следует понимать обусловленную стереотипом тенденцию к применению приобретенного ранее опыта к последующим случаям поступления новой информации. В этом случае стереотип может подменять собой целую категорию, включая новоприобретенные компоненты. В результате более устойчивые стереотипы распространяют свое влияние на смежные категории, в результате чего их границы размываются, и изначально присущие культурной информации атрибуты заменяются искаженными. Как правило, такие искажения возникают при недостаточной развитости имеющейся индивидуальной информационной структуры. При повышении разветвленности ее интраструктурных связей стереотипы утрачивают способность воздействовать на соседние категории, и эффект чрезмерного обобщения исчезает.

Отклонения в категоризации влекут за собой безосновательность выводов. Данный процесс ведет к еще большему усилению стереотипов и их влияния. К тому же, ошибочные выводы, принимаемые за верные, могут транслироваться в культуросферу, перегружая ее излишней информацией. Негативный эффект такого воздействия невелик, поскольку рейтинг надежности таких данных будет невысоким, однако в условиях информационной перегруженности любой низкоэффективный транслируемый объем данных означает недополучение более полезной информации.

Высокая степень влияния стереотипа на интериоризацию культурной информации приводит к поляризации мышления. Стереотип облегчает категоризацию за счет игнорирования ряда свойств поступающей информации, компенсируя их отсутствие усилением других. В результате одни качества чрезмерно подчеркиваются, а другие не воспринимаются вовсе, и мышление индивида начинает оперировать абсолютными понятиями вместо относительных. В абсолют возводятся такие параметры информации, как правдивость / ложность, полезность / бесполезность и т. п. Кроме того, при этом абсолютизируются и интерпретационные характеристики данных, приводя к формированию черно-белой картины мира с четким разделением на добро и зло, друзей и врагов и т. д. Одновременно с этим

сводятся к минимуму или совсем исчезают относительные и сравнительные параметры, такие как более / менее, лучше / хуже и т. п. Такой тип мышления может привести к полной неспособности индивида к восприятию новой информации и ее критической оценке. Для таких субъектов характерна убежденность в правильности личных убеждений, их непоколебимость, отсутствие проявлений интереса к аспектам, не соответствующим сформировавшимся стереотипам.

Наконец, перспективным направлением воздействия стереотипа является искажение ожиданий от реализации культурной информации. Если предыдущие эффекты были направлены непосредственно на трансляционный процесс и обработку поступающих данных, то необоснованность ожиданий ориентирована на будущее. Таким образом, искажается не только непосредственно задействованная стереотипом культурная информация, но и закладываются основания в виде потенциальных когнитивных связей для подобных эффектов в дальнейшем. В результате стереотипное мышление становится саморепродуктивным, все сильнее детерминируя воздействие существующей когнитивной системы индивида на поступающую из культуросферы информацию.

Отдельной разновидностью построения стереотипного мышления является получение из культуросферы уже сформированных догм вместо их самостоятельного формирования. Суть процесса состоит в том, что стереотипы могут транслироваться в и из культуросферы точно так же, как и любая другая информация. Поскольку их назначением является метавосприятие (то есть получение информации, служащей для получения другой информации), стереотипы трактуются социокультурными фильтрами как инструменты решения когнитивных задач и, следовательно, допускаются к трансляции при возникновении таких задач.

Стереотип в большей степени, чем прототип, присущ процессам интериоризации социальных категорий, поскольку они часто являются достаточно нечеткими и не имеют четко выраженного центрального компонента. Из-за такой размытости прототипичного образа в рамках категории появляется стереотип – образ, акцент которого делается на про-

стых и легких для идентификации деталей, в отличие от прототипа, где образ является более цельным и точным. Стереотип может формироваться в случае недостаточности категориальной информации, и в таком случае транслироваться в виде готового компонента из коллективного культурного опыта социальной группы, повышая уровень коммуникативной адаптированности субъекта, но делая его более уязвимым к возможным ошибкам и сбоям в функционировании принятой схемы.

Почему же стереотип является настолько влиятельным компонентом? Из-за отсутствия комплексности образа стереотип весьма устойчив к внешним воздействиям. Очевидно, что установление соответствия нескольким влиятельным характеристикам стереотипа происходит гораздо проще, чем соответствия целостному образу прототипа. Благодаря этой устойчивости стереотип работает в приблизительно одинаковом виде в течение всего своего существования. В случае необходимости существенного изменения стереотипа он чаще всего вообще исчезает, уступая место новому стереотипу или, приобретая идентифицирующие черты, трансформируется в прототип.

Существенным недостатком стереотипичных коммуникативных схем является приблизительность категоризации. Ошибочность стереотипичной схемы гораздо выше прототипичной, поскольку соответствие нескольким характерным чертам стереотипа является менее точным критерием, чем соответствие комплексному образу прототипа. Также высокая ошибочность стереотипа связана с формированием стереотипа без собственного восприятия объекта индивидом. Полученная из коллективного опыта информация имеет меньше внешних связей, чем сформированная собственноручно, и поэтому для проверки поступающих данных существует меньше возможностей. К тому же, стереотип может быть сформирован на основе лишь однократного акта восприятия, в то время как для формирования прототипа необходимы многочисленные примеры для обобщения. Прототипичная схема в условиях увеличения объема культурной информации обладает большей точностью, в то время как стереотипичные, наоборот,

сокращают перечень идентифицирующих признаков из-за несоответствия им определенных членов категории.

Стереотипу как компоненту информационной схемы свойственна ограниченность, большинство стереотипов рано или поздно исчезают вследствие критического количества элементов категории, не отвечающих стереотипичным критериям. Прототип же не может исчезнуть из схемы, он может лишь трансформироваться, чтобы соответствовать изменениям в схемной структуре. Уничтожение прототипа возможно лишь при условии исчезновения всей схемы, в то время как удаление стереотипа не является критическим. Принимая во внимание вышесказанное, нужно отметить, что прототипичные схемы являются более точными, более гибкими, более жизнеспособными, они обеспечивают высокую эффективность культурной коммуникации.

На стереотипизацию сознания существенное влияние оказывает социальный статус субъекта. К повышенной стереотипизации склонны лица с неопределенным культурным статусом, разного рода маргиналы и т. п. Причина этого явления заключается в низкой адаптированности людей подобного рода в общественной жизни, в результате чего внутренние информационные механизмы повышают свою активность. Лоренс и Марголис, проведя серию экспериментов, доказали влияние рейтинга прототипичности на достоверность и скорость категоризации [Laurence, Margolis 1999, 27], а следовательно, меньшую ментальную затратность обработки информации при наличии максимально четкого и доступного прототипа. А поскольку формирование прототипичных схем требует времени, опыта и его проверки, более быстрым и доступным коммуникативным механизмом становится формирование стереотипичных схем. Такие люди легче поддаются манипуляциям извне, что является одним из негативных последствий заимствования готовых схем и их компонентов из коллективного опыта, поскольку вместе со стереотипами перенимаются и определенные поведенческие императивы.

Среди оппонентов теории прототипа следует упомянуть М. Дугласа [Douglas 1993] и Д. Медина [Medin 1989], которые утверждают, что сходство объектов не может быть осно-

ванием процесса категоризации, поскольку любые два объекта могут быть сходными по бесконечному количеству признаков, что вовсе не означает принадлежности к общей категории. Вычленение совпадающих признаков, по мнению Медина, является следствием, а не исходной предпосылкой формирования когнитивной категории [Medin 1989, 1480]. Необходимо различать концепты, основанные на уже существующих схемах и механизмы, приводящие к созданию категорий различной структуры.

Прототипичная модель, основанная на сравнительных признаках, разрешает некоторые из вопросов, возникших в связи с теоретико-множественной моделью, однако в то же время имеет свои недостатки. А. Коллинз и Э. Лофтус критиковали ее за то, что определяющие признаки используются в ней так, как если бы они были абсолютными свойствами. Никакой отдельный признак не может быть абсолютно необходимым для определения чего-либо [Collins, Loftus 1975, 411–414]. Также следует отметить, что архетипы и стереотипы не являются разрушительными сами по себе, их негативный эффект обуславливается их наложением как доминанты на личность носителя, который находится в конфликтной ситуации, стоит перед выбором нежелательного или отказом от желаемого. Разрушение традиции ставит человека в неизбежную дилемму создания новых схем или их компонентов либо возврата к исходным. Независимо от выбора риск когнитивного конфликта сохраняется. Также открытым остается вопрос о принципе отбора компонентов, не имеющих высокого рейтинга, поскольку творческий поиск и ошибка с точки зрения коммуникативных механизмов могут выглядеть идентично.

Вышеизложенное позволяет сделать ряд выводов: 1) прото- и стереотипизация мышления в процессе трансляции культурного знания играют роль механизмов адаптации к лавинообразно увеличивающемуся объему передаваемого знания; 2) прото- и стереотипы обладают коммуникативным рейтингом, определяющим степень их устойчивости и способности оказывать воздействие не только на когнитивную систему индивида, но и на само содержание транслируемой информации; 3) главным достоинством коммуникативного стереотипа является его способность экономить физиоло-

гически ограниченные мыслительные ресурсы участников трансляционных процессов; 4) основной недостаток стереотипа проистекает из его позитивных качеств – возможность воздействия на содержание информации приводит к неточности ее оценки и категоризации, а также позволяет создателю стереотипа манипулировать мировоззрением реципиента; 5) создатель стереотипа может и не персонифицироваться, в роли создателя может выступать социокультурная группа вплоть до человечества в целом как крупнейшей из таких групп.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Иванов 2001 – *Иванов В.* Триадиалектика: новая философская система. Вильнюс; Калининград: Анна, 2001.
- Кузнецов 2008 – *Кузнецов В.В.* Психология взаимопонимания: неправда, ложь, обман. СПб.: Питер, 2008.
- Солсо 2006 – *Солсо Р.* Когнитивная психология. СПб.: Питер, 2006.
- Collins, Loftus 1975 – *Collins A. M., Loftus E. F.* A Spreading-Activation Theory of Semantic Processing // *Psychological Review*. 1975. № 6 (82). P.407–428.
- De Saussure 2011 – *De Saussure F.* Course in General Linguistics. N. Y.: Columbia University Press, 2011.
- Douglas 1993 – *Douglas M.* How Classification Works. Edinburgh: Edinburgh University Press, 1993.
- Feyerabend 1999 – *Feyerabend P. K.* Knowledge, Science and Relativism. Cambridge: Cambridge University Press, 1999.
- Kuhn 1996 – *Kuhn T.* The Structure of Scientific Revolutions. Chicago: University of Chicago Press, 1996.
- Laurence, Margolis 1999 – *Laurence S., Margolis E.* Concepts: Core Readings. Cambridge, MA: MIT Press, 1999.
- Medin 1989 – *Medin D.* Concepts and Conceptual Structure // *American Psychologist*. 1989. № 48. P. 1469–1481.

REFERENCES

- Ivanov V., 2001. *Trialectics: A New Philosophical System*. Vilnius, Kaliningrad, Anna Publ.
- Kuznetsov V. V., 2008. *Psychology of Mutual Understanding: Untruth, Lie, Deception*. Saint Petersburg, Piter Publ.

- Solso R., 2006. *Cognitive Psychology*. Saint Petersburg, Piter Publ.
- Collins A.M., Loftus E.F., 1975. A Spreading-Activation Theory of Semantic Processing. *Psychological Review*, no. 6 (82), pp. 407-428.
- De Saussure F., 2011. *Course in General Linguistics*. New York, Columbia University Press.
- Douglas M., 1993. *How Classification Works*. Edinburgh, Edinburgh University Press.
- Feyerabend P. K., 1999. *Knowledge, Science and Relativism*. Cambridge, Cambridge University Press.
- Kuhn T., 1996. *The Structure of Scientific Revolutions*. Chicago, University of Chicago Press.
- Laurence S., Margolis E., 1999. *Concepts: Core Readings*. Cambridge, MIT Press.
- Medin D., 1989. Concepts and Conceptual Structure. *American Psychologist*, no. 48, pp. 1469-1481.

Information About the Author

Vladimir A. Sidorenko, Candidate of Sciences (Philosophy), Associate Professor, Department of Philosophy, Law, Social and Humanitarian Sciences, Saint Luka Lugansk State Medical University, Kvartal 50 Let Oborony Luganska, 1g, 91045 Lugansk, philosophy.lsmu@mail.ru, <https://orcid.org/0000-0001-7024-4228>

Информация об авторе

Владимир Александрович Сидоренко, кандидат философских наук, доцент кафедры философии, правоведения, социальных и гуманитарных наук, Луганский государственный медицинский университет им. Святителя Луки, квартал 50 лет Обороны Луганска, 1г, 91045 г. Луганск, philosophy.lsmu@mail.ru, <https://orcid.org/0000-0001-7024-4228>