**9-MAVZU**

**MADANIYATLARARO MULOQOTDA STEREOTIPLARNING AHAMIYATI**

**Reja:**

1. “Stereotip” tushunchasi

2. Stereotip turlari

3. Stereotip yuzaga kelishining sabablari

**Tayanch so‘z va iboralar:** *stereotip, tasavvur, milliy stereotip, etnik stereotip, ijtimoiy stereotip, muloqot stereotiplari, mental stereotiplar, madaniy stereotiplar, etnomadaniy stereotiplar.*

**9. 1. “Stereotip” tushunchasi**

Har qanday madaniyat o‘zining dunyoni idrok qilishiga asoslangan, o‘z tafakkuri va xulq-atvorining stereotipini shakllantiradi.

Stereotip u yoki bu xalqning milliy xarakteri haqida obyektiv ma’lumot beradi. V.A. Maslovaning ta’biricha, “stereotip dunyoda mavjud tip bo‘lib, u faoliyat, xatti-harakat va h.k.ni o‘lchaydi”[[1]](#footnote-1). Stereotiplar hech qachon alohida kishilarda paydo bo‘lmaydi, ular har doim guruhlarda yuzaga keladi.

“Stereotip” termini (yunon. stereos – qattiq, typos – iz,tamg‘a) amerikalik sotsiolog Uolter Lippman tomonidan ilmiy muomalaga kiritilgan. U 1922-yilda nashr etilgan “Jamoat fikri” nomli kitobida stereotiplarning jamoat fikri tizimidagi o‘rni va rolini aniqlashga harakat qilgan. U. Lippman stereotipni bizning ongimizga yetib bormasidan oldin his-tuyg‘ularimizdagi ma’lumotlarga muayyan ta’sir ko‘rsatadigan atrof-muhitni alohida idrok qilish shakli sifatida tushuntirgan[[2]](#footnote-2).

U. Lippmanga ko‘ra, inson uni o‘rab olgan atrof-muhitni uning butun qarama-qarshiliklari bilan anglashga harakat qilib, o‘zi bevosita kuzatmagan hodisalar haqida “o‘zining miyasida manzara” hosil qiladi. Inson o‘z hayotida bevosita qarshilashmagan juda ko‘p narsalar haqida oldindan aniq tasavvurga ega bo‘ladi. Shunga o‘xshash stereotiplar tasavvuri mazkur individumning madaniy muhiti ta’sirida shakllanadi: “Aksariyat hollarda biz u yoki bu hodisani oldin ko‘rib, keyin unga aniqlik kiritmaymiz, aksincha, oldin u yoki bu hodisani o‘zimiz uchun aniqlab, so‘ngra uni kuzatamiz. Tashqi dunyoning butun chalkashliklaridan bizning madaniyatimizga aloqadorinigina yulib olamiz va biz mazkur ma’lumotni stereotip shaklida qabul qilishga moyil bo‘lamiz”[[3]](#footnote-3). Stereotiplar insonga olam haqida yaxlit tasavvurga ega bo‘lish, o‘zining tor ijtimoiy, geografik va siyosiy muhitidan chiqishga imkon beradi.

Stereotiplarni o‘rganishga qiziqish 1930-yillardan 1950-yillargacha bo‘lgan davrda keng quloch yoydi. Xususan, etnik stereotiplarning barqarorligi va beqarorligi masalalari R.Clarke va D. Campbell; D. Katz va K. Braly; R. La Pierre kabi olimlarning tadqiqotlarida o‘rganildi[[4]](#footnote-4).

Keyingi yillardagi etnik stereotiplarni o‘rganishga bag‘ishlangan qator tadqiqotlarni tahlil qilgan psixolog O. Klenberg “etnik stereotip” tushunchasini quyidagicha belgilagan: “Etnik stereotip – insonlar ongidagi o‘zlari yoki boshqa milliy guruhlar haqidagi manzara. Bunday obrazlar yoki tasavvurlar jamiyatda keng tarqalgan bo‘ladi; odatda, ular obyektiv borliqqa nisbatan o‘ta jo‘n va qabul qilinmaydigandir”[[5]](#footnote-5).

Aksariyat tadqiqotchilar etnik stereotiplarni muqarrar, lekin xavfli hodisa hisoblashadi. Binobarin, qator lug‘atlarda “stereotip” so‘zi salbiy ma’noda qayd qilingan. Masalan, M. Korduellning psixologiyadan tuzgan lug‘atida stereotipga shunday ta’rif berilgan: “Stereotip – ma’lum guruh yoki kategoriyadagi kishilar haqidagi keskin, ko‘pincha yuzaki tasavvur. Biz umumiyatda yuzakilikka moyil bo‘lganimiz uchun ham boshqa insonlarning xulq-atvorini oldindan ko‘rish uchun stereotiplarni shakllantiramiz. Mazkur stereotiplar ko‘pincha salbiy mohiyat, soxta tasavvur va tahqirlash asosiga ega bo‘ladi. Stereotiplar har doim ham yolg‘on bo‘lmaydi; odatda, ularda ma’lum ma’noda haqiqat bo‘ladi. Stereotiplarni ko‘pchilik tomonidan bo‘lishilishi ularning singib ketishiga yordam beradi. Stereotiplar vaqt o‘tishi bilan o‘zgarishi mumkin, lekin stereotip sohiblarining o‘zlashtirilgan tasavvurlardan qutulishi qiyin bo‘ladi

**. Stereotip turlari**

Stereotiphodisasi nafaqat tilshunoslarning ishlarida, balki sotsiologlar, etnograflar, kognitologlar, psixologlar va etnopsixolingvistlarning ham tadqiqotlarida o‘rganiladi. Ushbu fanlarning har qaysi vakili stereotiplarning xususiyatini o‘z sohasining tadqiqoti nuqtayi nazaridan belgilaydi. Shunga ko‘ra, ijtimoiy stereotiplar (kasbiga, yoshiga ko‘ra), muloqot stereotiplari, mental stereotiplar, madaniy stereotiplar, etnomadaniy stereotiplar va h.k. farqlanadi. Masalan, ijtimoiy stereotiplar shaxsning tafakkuri va muomalasini ko‘rsatadi. Etnomadaniy yoki milliy stereotiplar eng ko‘p o‘rganilgan bo‘lib, ular biron bir xalqqa xos bo‘lgan umumiy xususiyatlarni ifodalaydi. Etnomadaniy stereotiplar milliy guruhlar o‘rtasidagi munosabatlarni ko‘rsatadi, muayyan millatning o‘zini o‘zi anglashi va mentalitetining tarkibiy qismi hisoblanadi, shuningdek, milliy xarakter bilan chambarchas bog‘liq bo‘ladi[[6]](#footnote-6).

Masalan, yaponlar bilan dastlab muloqotga kirishgan yevropaliklar yaponlarning qayg‘uli hodisalar, jumladan, yaqin qarindoshlarining kasalligi yoki o‘limi haqida yuzlarida tabassum bilan gapirishlaridan hayratga tushishgan va hozirgacha hayratlanishadi. Bu kabi hodisalar berahm, shavqatsiz yapon stereotipining shakllanishiga asos bo‘lgan. Biroq mazkur holatda tabassumni Yevropa madaniyatining o‘lchovlaridan emas, balki yapon madaniyatining o‘lchovlaridan kelib chiqqan holda tushunish maqsadga muvofiqdir. Chunki qayd qilingan holat yaponlarning atrofdagilarni o‘zining qayg‘usi bilan bezovta qilmasligini namoyon qiladi.

Yuqorida qayd etilganlar bilan birga, stereotip tafovutlar tadqiqida kuzatilgan ayrim istisno holatlarni ham ta’kidlash joiz bo‘ladi. Yaponlar va g‘arbliklarning sukut saqlashga bo‘lgan yo‘ndashuvlarini qiyosiy o‘rgangan psixolog Helmut Morsbach o‘zining Yaponiyadagi katta tajribasi asosida sukut saqlashning ayrim madaniy nozikliklaridan namunalar keltiradi[[7]](#footnote-7). Masalan, yapon uylarining ko‘pchiligida televizor doim yoqilgan hamda magnit lentasiga yozigan Zen bog‘ining g‘o‘zalligi haqida sharhlar yangrab turadi. Demak, tadqiqotchilarning aksariyati sukut saqlashning madaniyat namunasi bo‘la olishini qayd etsalar-da, amaliyotda narsalar farq qilishi mumkin. O‘ta maxsus vaziyatlarda (ona va qizining munosabatlari yoki haqiqiy hissiyotni yashirish singari holatlarda) Yaponiyadagi sukut saqlash holati AQSHga qiyosan yaqqolroq namoyon bo‘lishi mumkin. Bundan tashqari, Yaponiyada begonalar bilan muloqot chog‘ida sukut saqlash AQSHdagiga nisbatan salbiy ma’no kasb etadi[[8]](#footnote-8).

Umuman, madaniyatlararo muloqotda o‘zbeklar mehmondo‘stligi, ruslar tavakkalchiligi, qozoqlar qaysarligi, turklar hissiyotliligi, xitoyliklar sertakallufligi, yaponlar xushmuomalaligi, estonlar sustkashligi, italyanlar qiziqqonligi, inglizlar sovuqqonligi, nemislar tartibga aniq rioya qilishi bilan butun xalq haqidagi stereotip tasavvurlarni yuzaga chiqargan[[9]](#footnote-9).

**9. 3. Stereotip yuzaga kelishining sabablari**

Stereotip yuzaga kelishining sabablari turlichadir. Ulardan asosiylari quyidagicha:

*1. Ongning himoyali reaksiyasi.* Informatsiyalar hajminig doimiy ravishda o‘sib borishidan miyani haddan ziyod zo‘riqishi himoyalash. Axborotlarni stereotiplashtirish miya zo‘riqishini tabiiy shaklda himoyalashni yuzaga chiqaradi. Mazkur himoyasiz inson ongi doimiy mulohazalardanboshi berk ko‘chaga kirib qolishi mumkin. Stereotiplarning mavjudligi bu jarayonni yengillashtiradi. Kishilar sodir bo‘layotgan hodisalarga har doim ham e’tibor bermasdan, ya’ni har safar hissiyot, iztipoblarga berilmasdan ularni o‘zlarining tajribasidan ma’lum bo‘lgan mavzuiy guruhlarga kiritishadi. Doimo o‘zgarishda bo‘lgan dunyo insonni kelib tushayotgan axborotlarni qulayroq va ixchamroq modellarga tasniflashga majbur qiladi. Bunday modellar stereotiplar, deb nomlanadi. Stereotiplarni rad etish insondan butun diqqat-e’tiborini jalb etishni talab qilib, uning hayotini bitmas-tuganmas sinovlar va xatolarga to‘ldirgan bo‘lardi. Stereotiplar insonga o‘rab olgan dunyoni farqlay olishi, uni soddalashtirishi, tartibga solishida yordam beradi. Insonni har safar “Amerika ochish” yoki “radio ixtiro qilish”dan xalos qiladi. Demak, insonning o‘z hayotida stereotiplardan foydalanishi tabiiy hol sanaladi.

*2. O‘z guruhining qadriyatlari, qiziqishlari, o‘bro‘yi va h.k.ni himoyalash.* O‘zini muayyan madaniyatga aloqador qilish va boshqa xalqlar bilan qiyoslash har bir insonga uning o‘ziga xosligini, individualligini his qilishiga yordam beradi. Masalan, fransuzlar nazdida belgiyaliklar hazil-mutoyibadan yiroq, kaltafahm, shetsariyaliklar – xasis, ziqna, maydakash, italyanlar – yolg‘on-yashiqlarni qo‘shib gapiradigan, turklar – jismonan baquvvat, inglizlar – xudbin xalqdir.

Inson stereotiplarni turli yo‘llar vositasida o‘zlashtiradi. Birinchidan, boshqa guruhlar haqida o‘ylash “odati” ma’lum ma’noda “ona suti orqali” o‘zlashtiriladi. Stereotiplarning aksariyati ota-onalar tomonidan farzandlarning ongiga singdirilgan obrazlar orqali o‘tadi va rivojlanadi. Stereotiplar 12 yoshdan 30 yoshgacha bo‘lgan davrda batamom shakllanib mustahkamlanadi va ularni bu yoshdan kayin o‘zgartish juda qiyin kechadi. Binobarin, bu nafaqat begona guruhlarga aloqador, balki boshqa guruhlar nazdidagi o‘z millatiga ham tegishli bo‘ladi. Masalan, o‘zbek xonadonida bolaga “o‘zbeklar mehmodo‘st, bag‘rikeng” yoki “lo‘lilar firibgar, tovlamachi” deyilsa, bola so‘zsiz mazkur stereotiplarni qabul qiladi.

Uchinchidan, stereotiplarning vujudga kelishida ommaviy-axborot vositalarining alohida o‘rni bo‘ladi. Ommaviy-axborot vositalarining stereotiplarni shakllantirish imkoniyati cheklanmagan. Ko‘pchilik uchun matbuot, radio va televideniya ishonchli manba sanaladi. Ommaviy-axborot vositalarining fikri ommaning fikriga aylanadi.

Umuman, har qanday shaxs muayyan madaniyatlar bilan bog‘langan stereotiplar olamida yashaydi. Stereotip turli madaniyat vakillarining tili va tafakkurining o‘ziga xosligidir. Stereotiplarni o‘rganish, madaniyatlararo muloqotlarda yuzaga chiqishi mumkin bo‘lgan tushunmovchiliklarni, to‘qnashuvlarni oldini oladi.

1. Маслова В.А. Связь мифа и языка // Фразеология в контексте культуры. –М., 1999. –C. 123-134. [↑](#footnote-ref-1)
2. Lippman Walter. Public Opinion. –New York: Greenbook, 2010. –P . 23, 95. [↑](#footnote-ref-2)
3. Lippman Walter. Public Opinion. –New York: Greenbook, 2010. –P . 81. [↑](#footnote-ref-3)
4. Clarke R. B. & Campbell D. T. A demonstration of bias in estimates of Negro ability // Journal of Abnormal and Social Psychology. Vol 51. 1955. –P. 585-588; Katz D. & Braly K. W. Racial stereotypes of one-hundred college students // Journal of Abnormal and Social Psychology. Vol. 28. 1933. –P. 280-290; La Pierre R. T. Social forces type-rationalizations of group antipathy // Social Forces. Vol. 15. 1936. –P. 232-237. [↑](#footnote-ref-4)
5. Klenberg O. Tensions Affecting International Understanding. –New York, 1950. –P. 93. [↑](#footnote-ref-5)
6. Madon S., Guyll M. Ethnic and National Stereotypes: The Princeton Trilogy Revisited and Revised. Iowa State University // http://public.psych.iastate.edu/madon/katz.braly.replication.pdf [↑](#footnote-ref-6)
7. Morsbach H. The importance of silence and stillness in Japanese nonverbal communication // A cross cultural approach. In F. Poyatos (Ed.). Cross cultural perspectives in nonverbal communication –Lewiston, NY: Hogrefe, 1988. –P. 201–215. [↑](#footnote-ref-7)
8. Hasegawa T., & Gudykunst W. B. Silence in Japan and the United States // Journal of Cross-Cultural Psychology. Vol. 29, 1998. –Р. 668–684. [↑](#footnote-ref-8)
9. Усманова Ш. Этномаданий стереотипларнинг лингвомаданий таҳлили // Лингвист. Илмий мақолалар тўплами. VI. –Тошкент: “Akademnashr”, 2015. –Б. 120-121. [↑](#footnote-ref-9)