

**STEREOTIP IJTIMOIIY-MADANIY VA LINGVISTIK HODISA
SIFATIDA: KELIB CHIQISHI, RIVOJLANISHI VA FUNKSIYALARI**
Nafizaxon Olimjonovna XASANBOYEVA

doktorant

Andijon davlat chet tillari instituti

Andijon, O'zbekiston

Gmail: xasanboyeva79@inbox.ru

ORCID: 0009-0005-7012-0088

Annotatsiya

Ushbu maqolada stereotip tushunchasi sotsiologiya, psixologiya, madaniyatshunoslik va lingvistika kesishmasida joylashgan murakkab hodisa sifatida ko'rib chiqiladi. "Stereotip" atamasining paydo bo'lish tarixi va uning turli ilmiy sohalarda rivojlanishi tahlil qilinadi. Stereotiplarning lingvistik tabiati, ularning tilda aks etishi va jamoaviy ongni shakllantirishdagi o'rniga alohida e'tibor qaratiladi. Stereotiplarning kommunikatsiya jarayonidagi funksiyalari, ularning madaniyatlararo muloqotga, shuningdek, jamiyatga ko'rsatadigan ijobiy va salbiy ta'sirlari tavsiflanadi. Ishlar tarmoqlararo yondashuv asosida olib borilgan bo'lib, stereotiplarning inson tafakkuri va madaniyatining barqaror elementlari sifatidagi tabiatini chuqurroq anglashga qaratilgan.

Tayanch so'zlar: stereotip, lingvistika, madaniyat, til, ijtimoiy idrok, madaniyatlararo kommunikatsiya, jamoaviy ong, kognitiv modelllar, diskurs, mental konstruksiyalar.

**СТЕРЕОТИП КАК СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНОЕ И
ЛИНГВИСТИЧЕСКОЕ ЯВЛЕНИЕ: ПРОИСХОЖДЕНИЕ, РАЗВИТИЕ И
ФУНКЦИИ**

Нафизахон Олимжонова ХАСАНБОВА

Докторант

Андижанский государственный институт иностранных языков

Андижан, Узбекистан

Gmail: xasanboyeva79@inbox.ru

ORCID: 0009-0005-7012-0088

Аннотация

В данной статье понятие стереотипа рассматривается как сложное явление, находящееся на пересечении социологии, психологии, культурологии и лингвистики. Анализируется история появления термина «стереотип» и его развитие в различных научных дисциплинах. Особое внимание уделяется лингвистической природе стереотипов, их отражению в языке и роли в формировании коллективного сознания. Описываются функции стереотипов в процессе коммуникации, их влияние на межкультурное общение, а также положительное и отрицательное воздействие на общество. Работа выполнена на основе междисциплинарного подхода и направлена на более глубокое понимание природы стереотипов как устойчивых элементов человеческого мышления и культуры.

Ключевые слова: стереотип, лингвистика, культура, язык, социальное

восприятие, межкультурная коммуникация, коллективное сознание, когнитивные модели, дискурс, ментальные конструкции.

«Stéréotype» (grekcha: “stereos” –, “typos”) [1;12] va «cliché» asli tipografik kelib chiqishga ega bo‘lgan terminlar bo‘lib, steriotipning lug‘atlarda berilgan ta’riflarga ko‘ra, bir xil figura yoki xarakterli tasvirini "bosib chiqarish", ya’ni ko‘paytirish degan ma’noni beradi. 1875-yili chop etilgan Laroussening fikriga ko‘ra, «stéréotype» atamasi «art de stéréotype» ni, ya’ni harakatlanuvchi harflardan foydalanmasdan tayyorlangan va kelajakdagi bosmalar uchun saqlanadigan plitalardan qilingan bosma sana’t ishini anglatadi [13; 1093]. XIX asrda bu atama o‘zining etimologik ma’nosini saqlab qolgan holda san’at yo‘nalishida yoki turli ustaxonalarda keng foydalanilgan, biroq F. Davin tomonidan 1835-yili Balzakning “Etudes de mœurs du XIXe siècle” nomli asarining kirish qismida keltirilishicha u ilk bor metaforik yaniy ko‘chma tarzda tilga olinadi [8; 28].

XX asrning 20-yillardan boshlab, ijtimoiy fanlar uchun katta qiziqish o‘yg‘ota olgan, stéréotipning umumiy his qilish yoki tayyor formula (qotma iboralar) ma’nolari paydo bo‘la boshlaydi. Steriotip tushunchasi birinchi bo‘lib 1922-yili Amerikalik jurnalist Walter Lippmanning “Jamoat Fikri” asari orqali nutqqa olib kiriladi. U bu atama ongimizda paydo bo‘lgan tasvirlarni so‘zlashuv nutqiga o‘zlashtirilishi orqali haqiqatga bo‘lgan munosabatimizni o‘zgarishini aytib o‘tdi. Bu tayyor tasvirlar esa, oldindan mavjud madaniy shablonlar bo‘lib, har bir inson atrofdagi haqiqatni filtrlashda foydalaniladi. Bu tasvirlar jamiyatda yashash uchun zarur bo‘lib, ular bo‘lmasa, shaxs to‘liq sezgi oqimida qoladi va haqiqatni tushunish, uni kategoriyalash yoki unga ta’sir ko‘rsatishi qiyin bo‘lardi deya aniqlik kiritadi [15; 28].

Stereotip tushunchasi qarashlar, e’tiqodlar, hukmlar va munosabatlar tizimini aniqlash uchun xizmat qiladi, bu tizim esa idrokni yo‘naltiradi va tuzadi. Ko‘pgina tadqiqotchilar fikriga ko‘ra, stereotipning asosiy xususiyatlari haddan tashqari soddalashtirish, umumlashtirish va tez-tez uchrashidir [14; 2].

Stereotip til siyqasi chiqqan, tayyor iboralar shaklida namoyon bo‘ladi, ular “o‘ziga xosligini yo‘qotib, faqat bitta jihatni bo‘rttirib ko‘rsatadi” [10; 21]. Quasthoff esa stereotipni lingvistik vositalar yordamida tavsiflash va tahlil qilishga harakat qilib, uni “ijtimoiy guruhlar yoki ularga mansub shaxslarga qaratilgan e‘tiqodning og‘zaki ifodasi” deb ta’riflaydi.

Stereotiplar kategoriyalash va umumlashtirish jarayoniga taalluqli bo‘lganligi sababli, ular haqiqiylikni soddalashtirishi va qisqartirishi natijasida boshqalar haqida oddiy tasavvurlarni shakllantirishi mumkin.

Amerikalik tadqiqotlardan ilhomlanganlar va zamonaviy sotsio-psixologlar tomonidan stéréotiplarning mezonlarini qayta ko‘rib chiqilib, unga barqaror va soddalashtirilgan ijtimoiy obekt (guruhi, shaxs, hodisa, voqea va boshqalar) [1; 12] tasviri sifatida aniqlanadi. Bu tasvir ma’lumot yetishmay qolgan sharoitda, shaxsiy tajribani umumlashtirish natijasida va ko‘pincha jamiyatda qabul qilingan oldindan belgilangan munosabatlar asosida shakllanadi. Biroq, stéréotip terminidan doymiy foydalanish odatda bitta qat’iy guruhni tasvirni anglatadi va u salbiy nuqtai nazar bilan qarashga olib keladi.

Bundan ko‘rinib turib, ular stéréotipni salbiy yoki neytral ma’noda qabul qilsa ham, uni individning boshqalar va o‘ziga bo‘lgan munosabatini yoki guruhlar va ularning individual a‘zolari o‘rtasidagi aloqalarni tahlil qilish imkonini beruvchi aniq bir tushuncha sifatida belgilaydi.

Shuningdek, tilshunoslar stereotipdagi so‘z bilan bog‘liq soddalashtirilgan tasvirni ko‘rishib, salbiy nuqtayi nazardan uni to‘plangan yoki yig‘lgan obraz deya talqin qilishadi. Misol uchun quyidagi iboralarni ko‘rishimiz mumkun:

le vieux Juif avare (qari ayyor yahudiy),

la jeune fille pure et innocente (toza va begunoh yosh qiz),

le savant distrait (beparvo olim).

Steriotipning ko‘pincha o‘zining oddiyligi va soddalashtiruvchi xususiyatlari ko‘rilganda uni klishe bilan tenglashtirsa bo‘ladi, chunki “qotib qolgan strukturaga ega bo‘lgan klishe va steriotiplar, siyqasi chiqqan tushuncha va fikr sifatida qabul qilinadi” [11; 100]. Biroq ular bir-biriga sinonim bo‘la olmaydilar. Steriotip – bu

siyqasi chiqqan fikr, noodatiy goya, tub moxiyatidan va moslashuvchanlikdan mahrum bo'lgan fikrlash uslubidir. Klishe esa - stilistikaga oid bo'lga tushuncha hisoblanib, bu tayyor, harakatsiz, qotib qolgan ifodani anglatadi. Klishe stil, ifoda uslubiga tegishli bo'lsa, stereotip fikrlash uslubiga, bayon etilayotgan mazmunga taalluqlidir [8; 251].

Sotsiologlarning fikricha, stereotiplar ma'lum bir jamiyatning bir xil g'oyalari yig'indisidir va ular geterostereotiplar va avtostereotiplar bo'ladilar. Geterostereotip umumlashtirilgan fikr shaklini oladi va ko'pincha ma'lum bir odamlar turiga, guruh yoki ijtimoiy sinfga taalluqli bo'ladi. Biroq, u, faqat o'zini yaratgan jamiyatga tegishli bo'ladi. Avtostereotiplar esa jamiyat tomonidan ikki yo'l bilan hosil qilinadi: o'zini boshqalar bilan taqqoslaydi (masalan, «*les Allemands sont plus disciplinés que les Français*»), yoki boshqalarning kamchiliklarini ko'rsatib, o'z fazilatlarini namoyish qilishga harakat qiladi (masalan, «*les Français sont orgueilleux*» - frantsuzlar mag'rur – ya'ni, boshqalar bunday emas).

Bundan ko'rinib turibiki, stereotip – bu o'zlashtirilgan tafakkur usuli hisoblanib, mustaqil fikrlash natijasida hosil bo'lmaydi. U jamoaviy ong mahsuli bo'lib, insonning jamiyatning boshqa a'zolari bilan o'zini solishtirishga yordam beradigan ijtimoiy funktsiyani bajarishi mumkin. Shu sababli, stereotip ko'pincha soddalashtirilgan va juda andozaviy, hatto oddiygina gap-so'zlarga asoslangan pozitsiya ega bo'lib, puxta o'ylangan va asosli mulohazalarga emas, aksincha mish-mishlarga («shunday deyishadi») tayanadi. Eng avvalo, stereotiplarning hosil bo'lishiga hissiy jihatdan to'yingan holatlarda – etnik mojarolar, harbiy ishg'ol, qo'rquv va boshqa shunga o'xshash vaziyatlar sabab bo'ladi. Ularning shakllanishi uchun muhim shartlardan biri esa, o'z jamiyati a'zolari o'rtasidagi kuchli aloqachilik intensiv bo'lmagan ikki jamiyat o'rtasidagi aloqadir.

«Stereotiplar – bu his-tuyg'ular, holatlar, obrazlar murakkab tizimi bo'lib, ular jamiyatning boshqa jamiyat, o'zini yoki boshqa haqiqat bilan bo'lgan tajribasining natijasidir va ularning metatilida ildiz otadi». Qanday bo'lmasin, stereotiplar – bu aniq bilimlarni umumlashmasi hisoblanib, odamlarning murakkab

dunyoda yo‘l topishlariga yordam beradi. Bundan tashqari u his-tuyg‘ular mahsuli bo‘lib, shaxsiy tajribaga emas, balki ijtimoiy atrof-muhit ta’sirida shakllanadi.

Stereotipning yana bir muhim ta’riflaridan biri: “Stereotip – bu ijtimoiy hodisa yoki obekt haqida sxematik, standartlashtirilgan tasvir yoki tushuncha bo‘lib, odatda hissiy jihatdan boyitilgan va barqarorlikka ega bo‘ladi. U insonning muayyan hodisaga nisbatan odatiy munosabatini ifodalaydi, bu munosabat ijtimoiy sharoitlar va oldingi tajribaning ta’siri ostida shakllanadi” [3; 447].

Ko‘plab stereotip haqida olib borilgan ishlarda, uni ijtimoiy o‘zaro ta’sir kontekstida, ya’ni harakat va xulq-atvorning muayyan “modeli” sifatida ko‘rib chiqiladi. Ushbu model ma’lum bir milliy omillarga bog‘liq holda muayyan vaziyatda qandaydir taktika va strategiyani tanlash bilan bog‘liq. Bu tanlov esa muayyan ehtiyojlar va motivlar majmuasi bilan belgilanadi. Bunday yondashuvda stereotiplar “ijtimoiy guruh, etnos yoki milliy-madaniy hududga xos ehtiyojlarning muayyan shaklda obyektivlashgan holda og‘zaki mustahkamlanishi bo‘lgan belgilar”, shuningdek, “muayyan faoliyatning mustahkamlangan aks ettirilishi bo‘lib, uning mahsulotlari ma’lum ehtiyojlarni qondirish vositasi sifatida namoyon bo‘ladi” deb qaraladi [2; 177].

V.A.Rijkov stereotipni “mazkur etnosning kommunikativ birligi bo‘lib, ijtimoiy jihatdan tasdiqlangan ehtiyojlarning dolzarb taqdimoti orqali shaxs ongiga – ijtimoiylashayotgan individga tipiklashtirilgan ta’sir ko‘rsatish va unda tegishli motivatsiyalarni shakllantirish imkoniyatiga ega bo‘lgan hodisa” deb izohlasa [5; 16], Yu.E. Proxorov “nutqiy muloqot stereotiplari”, aniqroq aytganda, “nutqiy xulq-atvor stereotiplari” deb ataydi. Ularni “muayyan etnomadaniyat vakilining mental-lingvistik majmuasiga xos bo‘lgan sotsiomadaniy belgilangan birlik bo‘lib, nutqiy muloqot jarayonida ushbu madaniyat uchun standart bo‘lgan muloqot holatiga mos keluvchi normativ lokal assotsiatsiya shaklida amalga oshiriladi” deb ta’riflaydi [4; 21].

V.V. Krasnix stereotipni “shaxs ongida «tipik» real dunyo fragmentining aks etishi natijasida hosil bo‘lgan barqaror mental «tasvir»” sifatida ko‘rib o‘rganadi. Stereotip ongda mavjud bo‘lgan dunyo fragmentini ifodasidir. U milliy-madaniy

xususiyatlarga bog‘liq barqaror tasavvur bo‘lib, obekt yoki vaziyat haqidagi doimiy qarashlarni shakllantiradi [2; 178].

Boshqacha aytganda, «stereotip – bu atrofimizdagi dunyo haqida ulkan miqdordagi ma’lumotni saqlash va unda yo‘nalish olish imkonini beruvchi vosita» [7; 27].

Bundan kelib chiqib, stereotiplarni hodisa sifatida ikki turga ajratish mumkin:

Xulq-atvor stereotiplari.

Muayyan obekt yoki vaziyat haqidagi tasavvur stereotiplari.

Boshqacha aytganda, “obrazli stereotiplar” va “vaziyatli stereotiplar” deb atash mumkin [2; 178].

Stereotiplarning paydo bo‘lishiga inson ongining ikkita tendensiyasi yordam beradi:

1. Konkretlashtirish – abstrakt tushunchalarni muayyan obrazlar bilan bog‘lash.
2. Soddalashtirish – bir nechta belgilarni asosiy sifatida ajratib, ularni turli hodisalarga qo‘llash [10; 21].

Fransuz tilshunoslari stereotipning ikki tamoyili yoki ikki tushunchasi mavjudligini aytishadi. Bular:

1) stereotip – obektning shartli, sxematik tasviri sifatida; 2) stereotip – ma’lum bir leksik birlik bilan bog‘liq «ochiq (ya’ni, cheklanmagan) bayonotlar ketma-ketligi» sifatida. Bundan tashqari, stereotipni barqaror, soddalashtirilgan va hissiy jihatdan boyitilgan mental obraz deb hisoblaydigan tadqiqotchilar, ushbu reallikning standartlashtirilgan mental tasviridan uning til vositasidagi ifodasiga o‘tishini ham ifodalab ketadi.

Fransuz tilida nutq stereotiplari qat’iy shaklga ega, barqaror iboralar toifasiga kiradi, chunki ular polileksik, sintagmatik yoki frazal nutq birliklaridan iborat bo‘lib, dastlab erkin so‘z birikmalari sifatida ishlatilgan, ammo keyinchalik til tizimida mustahkam o‘rnashib qolgan. Ularning boshqa barqaror iboralardan farqi shundaki, ular muayyan tushunchalarni ifodali shaklda ifodalaydi, garchi til

bu tushunchalar uchun neytral va uslubiy jihatdan betaraf muqobillarni ham taklif qilishi mumkin.

Haqiqatan ham, har qanday nutq stereotipi uslubiy topilma bo'lib, o'zining ifodaliligi tufayli nutqda keng tarqalgan, ammo ko'p ishlatilishi natijasida yangiligini yo'qotib, o'ziga xosligini yo'qotadi. Kundalik muloqot me'yorlariga mos keladigan stereotip ijtimoiy o'zaro aloqalarda zarur bo'lgan tejamkorlik o'lchovi sifatida namoyon bo'ladi. Nutqiy jihatdan qaralganda, stereotiplarga murojaat qilish til faoliyatiga yordam sifatida ko'rib chiqilishi mumkin.

Yuqorida aytib o'tilganidek, stereotiplar – bu aniq bilimlarning umumlashtirilgan shakli bo'lib, odamlarning murakkab dunyoda yo'nalish topishiga yordam beradi. Ular shaxsiy tajribaga emas, balki hissiyotlarga asoslangan bo'lib, ijtimoiy muhit ta'sirida shakllanadi, shu sababli, ular ratsional tanqidga samarali qarshilik ko'rsata oladilar.

«Stereotiplar – bu hissiyotlar, holatlar va tasvirlarning murakkab tizimi bo'lib, ular bir jamiyatning boshqa jamiyatga, o'ziga yoki boshqa bir haqiqatga nisbatan orttirgan tajribasi natijasidir va bu tajriba uning metatilida mustahkam o'rin oladi» [10;50].

Stereotiplarning shakllanishi uchun muhim shart – bu ikki jamiyat o'rtasidagi aloqa bo'lib, u jamiyat a'zolarining aloqasi o'zaro intensiv bo'lmasligini tsqozo etadi.

Stereotiplar, avvalo, hissiy jihatdan kuchli vaziyatlarda – etnik nizolar, harbiy bosib olish, qo'rquv va shunga o'xshash holatlarda paydo bo'lsa, uning rivojlanishi esa cheksiz jarayondir. Hans Xanning Xan, «turli ma'nolarga ega bo'lgan stereotiplarning birga yashashi ma'noning o'zgarishi va siljishiga olib keladi. Stereotiplar yolg'on deb hisoblanmaydi, biroq ular tajriba ta'sirida asta-sekin o'zgaradi» [10;51] deya takidlab o'tadi.

Stereotip ko'pincha butun jamiyat tomonidan xalq madaniyatining bir qismi sifatida yaratiladi. U jamiyat ehtiyojlaridan kelib chiqib paydo bo'ladi, shu sababli stereotipni har doim ideologik maqsadga ega deb aytib bo'lmaydi, chunki u

ko‘pincha bilimsizlik asosida shakllanadi. Biroq, stereotip o‘zida ideologik konnotatsiyani saqlab yuradi.

Inson ongida o‘ylamasdan shakllangan va avtomatik ravishda takrorlanadigan stereotipik bayonotlar, o‘zining etnik kelib chiqishini o‘z ichiga olgan ma’naviy va madaniy ruhiyati bilan boyitilgan signal so‘zlar qatoriga kiradi, chunki ular insonning hissiy munosabatini aniq aks ettira oladi va ushbu fikrlarni aniq yo‘naltirib, qay tarzda harakat qilishini tezda aniqlashga imkon beradi. Bundan tashqari stereotip, ma’lum bir jamoaning bir xil g‘oyalar yig‘indisi bo‘lib, u ko‘pincha shaxs, guruh yoki ijtimoiy sinf turiga tegishli, umumlashtirilgan fikrlar shaklini o‘z ichiga oladigan tushunchadir. Unda asosan jamoaviy fikrlash vazifasi bo‘lib, uning yordamida jamiyatning boshqa a‘zolarini solishtirish mumkun. Demak, stereotip ko‘pincha oddiy va juda an’anaviy, yaxshi o‘ylangan va ma’lum bir jamiyat vakillari tomonidan asoslangan nutq formulasidir.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR:

1. Бурунский В.М. Клише: языковые характеристики, функционирование и типология (на материале французского и английского языков). – Курск, 2009 – 204 с.
2. Красных В.В. Этнопсихоллингвистика и лингвокультурология: Курс лекций. – Москва: ИТДГК «Гнозис», 2002. – 284 с.
3. Краткий политический словарь. – Москва: Политиздат, 1987. – 509 с.
4. Прохоров Ю.Е. Национальные социокультурные стереотипы речевого общения и их роль в обучении русскому языку иностранцев. – Москва, 1996. – 101 с.
5. Рыжков В.А. Регулятивная функция стереотипов //Знаковые проблемы письменной коммуникации: Межвуз. сб. науч. трудов. – Куйбышев, 1985.
6. Федченко А.В. Этнокультурная специфика формирования языкового сознания русских и американцев в школьном возрасте: Дис. канд. филол. наук. – Москва, 2005. – 239 с.

7. Чеканова С.А. Стереотипные представления о профессиях у русских и англичан: монография. – Москва: МГИМО-Университет, 2012. – 216 с.
8. Azoumaye, J.-C. Les stereotypes socio-litteraires du roman feuilleton de 1836 a 1848 [Text]: these de doctorat / J.-C. Azoumaye. - Limoges, 1993. - 251 p.
9. Etudes de moeurs au XIXe siècle. Scènes de la vie privée. Avec une introduction aux études de moeurs, par M. Félix DAVIN. 4 volumes. 401 p.
10. FINK. G.L. « Réflexions sur l’imagologie, Stéréotypes et réalités nationales dans une perspective franco-allemande », in Recherches Germaniques, année 1993/23/ 3-31P, 21 p.
11. Herschberg-Pierrot, A. Cliches, stereotypies et strategies discursives dans le discours de Lieuvains (Madame Bovary, II, 8) [Text] / A. Herschberg-Pierrot // Litterature, n 36.- Paris, 1979. - p. 88 -103.
12. Larousse du XIXe siècle, 1670 p. Volume 14 (1874). 1093 page.
<https://gallica.bnf.fr/ark:/12148/bpt6k398019>.
13. Perrefort. M, « Formes et fonctions du stéréotype dans des interactions en situations de contact », Acquisition et interaction en langue étrangère [En ligne], 7 | 1996, mis en ligne le 27 juin 2012. P 13., 2 p.
14. Ruth Amossy, Anne Herschberg Pierrot “Stéréotypes et clichés”, 4^e édition, Armand Colin, 2021. 152 p., 28-p.
15. Schapira. Ch. Les Stéréotypes : stéréotypes de pensée et stéréotypes de langue. Publié par EDP Sciences, 2014. P 65-85., 70 p.