

**«ԿԱՐԾՐԱՏԻՊ» ՀԱՍԿԱՅՈՒԹՅԱՆ ԾԱԳՈՒՄՆ ՈՒ  
ՄԵԿՆԱԲԱՆՈՒԹՅՈՒՆԸ**

*Կարծրատիպերը կանանց և տղամարդկանց վարքի չափանմուշներ են, որոնց, ինչպես ենթադրվում է, նրանք պետք է հետևեն, և որոնց շնորհիվ մոդելավորվում է բարոյական փոխհարաբերությունների տիպը կանանց և տղամարդկանց միջև: Մեր նպատակն է քննարկել այն կարծրատիպերը որոնցում արտացոլվում են ընդհանրացված դատողություններ տղամարդկանց և կանանց բնորոշ հատկանիշների ու հատկությունների և դրանց միջև գոյություն ունեցող տարբերությունների մասին:*

**Բանալի բառեր.** *գենդերային կարծրատիպեր, սոցիալական կարծրատիպեր, գենդերային պատկերացումներ, տիպական օրինակներ, ոչ տիպական օրինակներ, տղամարդ, կին*

Գենդերային տերմինների բառարանում տրված սահմանման համաձայն՝ գենդերային կարծրատիպերը (Գ-Կ) *սոցիալապես պայմանավորված և հասարակական գիտակցության մեջ հաստատապես ամրագրված պատկերացումներն են երկու սեռերի ներկայացուցիչների վարքագծային հատկանիշների և նորմերի մասին: Գ-Կ-երը կապված են իգականության և արականության լեզվական դրսևորումների հետ /Словарь гендерных терминов, 2002/:* Այս սահմանումից հետևում է, որ սեռի լեզվական կարծրատիպերի ամբողջությունը ներառում է «արական» և «իգական» հատկանիշներ կամ կանանց և տղամարդկանց՝ հակառակ սեռի որոշակի բնութագրերի և գործողությունների հետ կապված այս կամ այն սպասելիքները: Այն համոզմունքը, թե տղամարդիկ ուժեղ սեռն են, կանայք՝ թույլ ու զեղեցիկ, հաստատվել է լեզվում, հասարակությունում ու մշակույթում և ընդունվում է որպես բնական երևույթ՝ չնայած այն բանին, որ նշյալ հատկանիշները ավելի շուտ ոչ թե սեռի հատկանիշներ են, այլ անհատական բնութագրեր:

Այժմ ներկայացնենք նշյալ հասկացության բնութագրման որոշ մոտեցումների ընդհանուր ամփոփումը, որը հնարավորություն կընձեռնի մշակելու, ընդհանրապես, կարծրատիպերի առավելագույնս ճշգրիտ սահմանումը, և, մասնավորապես, գենդերային կարծրատիպերի սահմանումը, զատորոշելու դրանց կառուցվածքը, պարզեու դրանց առաջացման պատճառները և ցույց տալ դրանց գործառնությունը անգլերենում:

«Կարծրատիպ» եզրույթն առաջին անգամ ներմուծվել է հասարակական գիտություններ XX դարի 20-ական թվականներին ԱՄՆ-ում, երբ զանգվածային գիտակցության գործառնության օրենքների հետազոտման և բացատրության անհրաժեշտությունն առաջացավ: Ամերիկացի լրագրող և քաղաքագետ Ուոլթեր Լիպմանը 1922թ. լույս տեսած «Հասարակական կարծիք» իր աշխատությամբ դարձավ կարծրատիպային մտածողության և վարքագծի հայեցակարգի հիմնադիրը: Ու. Լիպմանը դիտարկում է կարծրատիպերը այն գոր-

ծոնների համակարգում, որոնք նպաստում են դրանց առաջացմանը և ազդում հետագա գործառույթի վրա: Սոցիալական կարծրատիպ ասելով՝ նա հասկանում էր մշակույթով կարգավորված, սխեմատիկ, մարդու գլխում մշակույթով պայմանավորված աշխարհի «պատկերները» (pictures in our heads), որոնք խնայում են նրա ջանքերը և պաշտպանում նրա արժեքային դիրքորոշումներն ու իրավունքները: Լիպմանի կարծիքով, «իրական շրջակա միջավայրը չափազանց ընդգրկուն է, չափազանց բարդ ու դյուրաշարժ անմիջական ընկալման համար: Մենք ընդունակ չենք արձագանքելու դրա բոլոր նրբություններին, բազմազանությանը, դրանում առկա բազում փոփոխություններին ու համադրություններին: Ու թեև մենք ստիպված ենք գործել հենց այդ միջավայրում, հարկադրված ենք լինում այն վերակառուցելու ավելի հասարակ մոդելի՝ դրանց հասկանալու համար» /Липпман, 2004/: Այսպիսով, մեր ներընթերցողական, համընդհանուր հասկացություններն ու կատեգորիաները, որոնք կիրառվում են իրականությունը մեկնաբանելու համար, իրականում հասկացություններ ու կատեգորիաներ են, որոնք կազմում են իրականության մեր իմացական մոդելը կամ կարծրատիպերը: Կարծրատիպերը ոչ այնքան ճշմարտության, իրականության ճշգրիտ արտացոլման համար գոյություն ունեն, որքան սոցիալական ճանաչողության գործարարականության: Կարելի է ասել, որ կարծրատիպացումը կատարում է իմացական ջանքերի խնայման նվազեցման գործառույթ: Ու. Լիպմանն իր աշխատանքում առանձնացրել է, իր կարծիքով, երկու կարևոր պատճառներ, որոնք ազդում են կարծրատիպերի ձևավորման վրա: *Առաջին պատճառը* ջանքերի խնայման սկզբունքի կիրառումն է, որը բնորոշ է մարդկային առտնին մտածողությանը և դրսևորվում է նրանով, որ մարդիկ ձգտում են ամեն անգամ նորովի չարձագանքել նոր փաստերին ու երևույթներին, այլ ջանում են դրանք հարմարեցնել արդեն իսկ գոյություն ունեցող կատեգորիաներին: *Երկրորդ պատճառը* գոյություն ունեցող խմբակային արժեքները պաշտպանելն է: «Կարծրատիպերը, – գրում է Ու. Լիպմանը, – կանխակալ կարծիքներ են, որոնք վճռականորեն ղեկավարում են ընկալման ամբողջ գործընթացը» /Липпман, 2004/: Դրանք որոշակի օբյեկտները տարբերակում են որպես ծանոթ կամ անծանոթ, այնպես, որ հազիվ ծանոթները թվում են հանրածանոթներ, իսկ անծանոթները՝ խորապես օտար:

Կարծրատիպերը հայեցակարգայնացման համար կարևոր են, քանի որ դրանք են պայմանավորում մշակութային սպասելիքները. կարծրատիպից շեղումն ընկալվում է որպես շեղում նորմայից: Կարծրատիպերից շատերը շարունակում են ապրել չնայած այն բանին, որ վաղուց դադարել են արտացոլել հասարակության իրական վիճակը: Օրինակ՝ տնային տնտեսուհի-մոր սոցիալական կարծրատիպը տալիս է այն պատկերացումները, թե ինչպիսին պետք է լինի մայրը: Հայրիշխանության մշակույթում մոր «լավագույն օրինակը» չաշխատող մայրն է: Համաձայն այդ կարծրատիպի՝ այն մայրերը, որոնք ցերեկը չեն անցկացնում տանը երեխաների հետ, գրկված են նրանց պատշաճ կերպով դաստիարակելու հնարավորությունից: Տվյալ դեպքում գործում է ևս մեկ հայտնի կարծրատիպ, ըստ որի՝ աշխատանքը տնից դուրս իրականացվող գործունեություն է, իսկ երեխաների դաստիարակությունը և տնային տնտեսություն վարելը՝ ոչ:

Գեներալային կարծրատիպերը փոխկապակցված են և կարող են դիտարկվել որպես հարակից կարծրատիպերի օղակներ, որոնք բնորոշ լինելով տվյալ հանրության, միահյուսվում են տիպական հարակից մշակութային պատկերացումների համակարգին: Դրանք կարևոր դեր են խաղում բառերով արտածվող նշանակությունները հասկանալու հարցում, որոնք օգտագործվում են համապատասխան կատեգորիաներն անվանելու համար: Օրինակ՝ միայնակ մոր կարծրատիպը ոչ միայն կին է, որը միայնակ է դաստիարակում երեխային, այլև կին, որը նյութական դժվարություններ ունի, քանի որ հարկադրված է երեխային խնամել առանց ամուսնու (արտամուսնական կապից ծնված երեխա ունեցող հայտնի դերասանուհին կամ փոփ-աստղը այս կարգին չեն դասվում): Նշյալ կարծրատիպն իր հերթին պատճառաբանվում է հայթայթող ամուսնու մասին կարծրատիպային պատկերացմամբ, որը ինչպես նախկինում, արդիական է, թեև ժամանակակից կանանցից շատերը ոչ պակաս կարևոր ներդրում են ունենում ընտանիքի նյութական բարեկեցություն ապահովելու գործում:

Կարծրատիպերը դատողությունների ու գնահատականների աղբյուր են դառնում՝ շնորհիվ մշակութային նորմերի որոշակիության: Կանանց՝ թույլ ու երկշտ, իսկ տղամարդկանց՝ ուժեղ ու ագրեսիվ լինելու մասին կարծրատիպը բացատրում է, թե ինչու, բնութագրելով միևնույն լացող երեխային, նրանք, ում փոքրիկին ներկայացրել էին իբրև տղայի, համարում էին, որ «նա բարկանում է», իսկ նրանք, ում երեխային ներկայացրել էին իբրև աղջկա, ասում էին՝ «նա վախենում է» /Romaine, 1999/:

Տիպական օրինակները, ի տարբերություն սոցիալական կարծրատիպերի, որոնք գիտակցված բնույթ են, կրում և կարող են փոփոխվել ժամանակի ընթացքում ու դառնալ հասարակությունում վեճերի ու տարաձայնությունների առարկա, օգտագործվում են ոչ գիտակցաբար, ինքնաբերաբար, դրանք հանրային քննարկման առարկա չեն և առանձնապես չեն փոփոխվում մարդու կյանքի ընթացքում:

Տիպական օրինակները լայնորեն կիրառվում են դատողություններում, ընդ որում՝ տիպականի և ոչ տիպականի միջև անհավասարաչափության պատճառն այն է, որ տիպական դեպքերի մասին գիտելիքներն ընդհանրացվում և կիրառվում են նաև ոչ տիպականների նկատմամբ, այսինքն՝ տիպական օրինակները դառնում են նախապատկերային տպավորության աղբյուր: Մշակույթի տիպական ներկայացուցիչը տղամարդն է. գերմանական «կարգապահություն», ֆրանսիական «նրբակրթություն» և այլն, որոնք ավելի շուտ տղամարդկանց, քան կանանց հատկորոշումներ են համապատասխան հասարակություններում: Ֆեմինիզմի տիպական ներկայացուցիչը կինն է /Рябов, 2002: 430/:

Տիպական օրինակների հիման վրա կատեգորիաների բաժանման գործընթացի լեզվաբանական դրսևորում կարելի է համարել մի սեռի ներկայացուցիչների արտաքինի ու վարքագծի ոճային բնութագրերը մյուսի միջոցով: Երբ կնոջը բնութագրում են որպես «տղամարդու քայլվածք ունեցող», իսկ տղամարդուն՝ «օրիորդի նման կարմրող», ապա արձանագրում են, որ

տղամարդու/կնոջ քայլվածքը/արտաքինը/վարքագիծը բնորոշ չեն տվյալ սեռի ներկայացուցիչներին: Քանի որ գենդերային գիտելիքները կառուցվածքի են բերված տարաբևեռ հակադրությունների տեսքով, ոչ տիպական կանացին ընկալվում է որպես տիպական տղամարդկային, իսկ ոչ տիպական տղամարդկայինը՝ որպես տիպական կանացի: Տիպական տղամարդն ու տիպական կինը տարասեռ են: Գենդերի և տարասեռականության միջև զուգադրությունը հանգեցնում է գենդերային ոչ տիպական վարքը (այդ թվում և խոսքային, օրինակ՝ հնչերանգային հարաշարժությունը տղամարդկանց խոսքում) համասեռամոլության հետ զուգորդելուն: Թեև Ջ. Լակոֆը տարանջատում է տիպական օրինակներն ու կարծրատիպերը և պնդում է, որ գենդերային դասակարգման ընթացքում դրանց միջև սահմանը փաստացի վերանում է /Lakoff, 1980/: Տիպական գենդերայինը նախատիպի գործառույթում ձևավորում է որոշակի մշակութային ակնկալիքներ և այդպիսով դառնում կարծրատիպային:

Գենդերային պատկերացումների որոշակի շերտ ներկառուցված է վերացական կատարելատիպերում: Դրանք ո՛չ տիպական են, ո՛չ կարծրատիպային, բայց ևայնպես դրանց մասին գիտելիքները ստեղծում են նախապատկերային տպավորություն: Կատարելատիպերի վրա հիմնվելով՝ կառուցվում են դատողություններ ապագայի որակի և ծրագրերի մասին: Օրինակ՝ նախատիպային ընտանիքում մայրը և հայրը հոգում են երեխաների համար, երեխաները հարգում են ծնողներին, բոլորը երջանիկ են և սիրում են միմյանց (այսինքն՝ կատարյալ ընտանիք):

Հանրայնացման գործընթացում աղջիկներն ու տղաները յուրացնում են վարքի այն նմուշօրինակները, որոնք բնութագրում են նրանց սոցիալական սեռը համապատասխան մշակույթում և զգալիորեն հիմնված են կատարելատիպերի վրա: Ընդ որում, միևնույն կատեգորիան որպես նախատիպ կարող է ունենալ կատարելատիպերի տարբեր նմուշօրինակներ:

Նախապատկերային տպավորության աղբյուր կարող են ծառայել նաև ծանոթ օրինակները: Եթե ձեր ծանոթուհին ֆեմինիստուհի է իրեն անվանում, և դուք այլ ծանոթ ֆեմինիստուհիներ չունեք, ապա դուք, ավելի շուտ, ձեր ծանոթուհու հատկանիշները կսկսեք վերագրել մյուս ֆեմինիստուհիներին:

Գենդերային կատեգորիաների հայեցակարգայնացումը կարող է իրականացվել չափանմուշներով, այսինքն՝ կատեգորիաների անհատական անդամներով, որոնք մարմնավորում են կա՛մ կատարելատիպը, կա՛մ դրա հակադրությունը: Տվյալ տիպի կարգայնացման լեզվաբանական ազդանշանը կառույցներն են հետևյալ բառերով՝ «իսկական», «պարզապես», «ուղղակի» և այլն. *իսկական Օթելլո* (խանդոտ ամուսնու օրինակ) կամ *պարզապես Մոխրոտիկ* (կնոջ աշխատասիրության կամ երջանկության հասնելու օրինակ): Նախատիպ-չափանմուշի դերում կարող են հանդես գալ ինչպես առասպելական/գրական/պատմական անձինք, այնպես էլ իրական մարդիկ: Օրինակ՝ Շեքսպիրի «Մեծ աղմուկ ոչնչից» պիեսի հերոս Բենեդիկի (*Benedick*) անունը փոքր-ինչ փոփոխված (*benedict*) գործածվում է ժամանակակից անգլերենում վերջերս ամուսնացած տղամարդուն բնորոշելու համար, որը երկար ժամանակ ամուրի էր: Թեև Ջ. Լակոֆը այդ տիպի իմացական նմուշօրինակները դասում է

փոխանվանականներին (հիմք ընդունելով այն, որ յուրաքանչյուր անդամ հանդես է գալիս որպես ամբողջ խմբի ներկայացուցիչ), կատեգորիայի բովանդակային կողմի հայեցակարգայնացումը տվյալ դեպքում հիմնվում է փոխաբերության, այսինքն՝ նախատիպային հատկանիշներ կրողների համաբանության վրա /Lakoff, 1980/:

Ավանդաբար, **կարծրատիպ** ասելով, հասկանում են ինչ-որ կաղապար (կլիշե), որի հիման վրա տեղի է ունենում տեղեկատվության ընկալումն ու գնահատումը: Այդ կաղապարը կատարում է ինչ-որ երևույթի, առարկայի կամ իրադարձության ընդհանրացման գործառույթ. դրա օգնությամբ մարդը գործում է կամ գնահատում ինքնաբերաբար, առանց մտածելու: Առօրյա կյանքում մենք հաճախ ենք առնչվում տարբեր տեսակի կարծրատիպերի հետ, երբ բնութագրում ենք այս կամ այն մարդուն կամ մարդկանց խմբին որևէ «ընդհանուր» հատկանիշով կամ հատկությամբ: Օրինակ՝ այն մտայնությունը, թե «նորվեգացիները հանդարտ են ու դանդաղաշարժ, իտալացիները՝ զգացմունքային ու տաքարյուն», տարածվում է «ազգային խառնվածքի» վերաբերյալ շրջանառվող կարծիքների շնորհիվ: Նման դատողություններն անվանում են **ազգային կարծրատիպեր**: Գոյություն ունեն ազգային կարծրատիպեր, այս կամ այն մասնագիտական խմբերի անդամների, այս կամ այն սոցիալական կարգավիճակ կրողների վերաբերյալ:

Լեզվաբանական հետազոտությունների շրջանակներում կարծրատիպերը ներկայացված են որպես գիտելիքների ու գնահատականների պահպանման հատուկ ձևեր, այսինքն՝ այսպես ասած՝ վարքը ուղղորդող հասկացություններ: Հետազոտողները կարծրատիպականացման մեջ ավանդույթի մեխանիզմի միջուկն ու մշակույթի ազգային ինքնատիպությունն են տեսնում: Մտածական կարծրատիպերը ամրագրվում են լեզվով կամ այլ նշանագիտական կողերով (օրինակ՝ տեսողական պատկերներով):

Ճանաչողական լեզվաբանության և էթնոլեզվաբանության կարծրատիպ եզրույթը վերաբերում է լեզվի և մշակույթի բովանդակային կողմին, այսինքն՝ երևույթ է, որը կապվում է «աշխարհի պարզունակ պատկերի» հետ: Դրանք հանդես են գալիս որոշակի լեզվամշակութային հանրույթի կամ մշակույթի միասնության հետ կապված ամբողջական միջավայրի համար էական իրողությունների չհիմնավորված հատկությունների պահպանների դերում: Այլ կերպ ասած՝ իրողությունների այս կամ այն հատկության մշակութային աղբյուրը (սնահավատություն, բանահյուսություն, փիլիսոփայական, պատմական ավանդույթներ) կարող է և հայտնի չլինել սովորական լեզվակիրներին: Յու. Է. Պրոխորովը նշում է, որ կարծրատիպերի գործածությունը տեղի է ունենում ինքնաբերաբար. խոսողը, որպես կանոն, ոչ միայն բոլորովին չի մտածում պատճառաբանվածության պատմության մասին, այլև ընդհանրապես ուշադրություն չի դարձնում այն բանին, որ որոշ չափանմուշային հատկություններ հակասում են աշխարհի փորձարարական պատկերին /Прохоров, 2003: 73/:

Սոցիալական իրավիճակների, ճանաչողության և տեքստերի միջև կապի մանրամասն հետազոտությանն են նվիրված հոլանդացի հայտնի գիտնական, տեքստային լեզվաբանության հիմնադիրներից մեկի՝ Վան Դեյկի աշխատու-

թյունները: Իր հետազոտություններում նա օգտագործում է իմացական և սոցիալական հոգեբանության, միկրոսոցիոլոգիայի և խոսույթի վերլուծության ըմբռնողական ապարատը: Վան Դեյկը հիմնականում ուշադրություն է դարձնում իմաստաբանական նմուշօրինակների հասկացության մշակմանը, որի միջոցով իրականացվում է սոցիալական իրավիճակների իմացական ներկայացումը, որը շատ կարևոր դեր է խաղում ըմբռնման համար: Նա զանազանում է *մասնավոր և ընդհանուր նմուշօրինակներ*: Մասնավոր նմուշօրինակներն ինքնատիպ տեղեկատվություն են հաղորդում որևէ իրավիճակի մասին, օրինակ՝ այն իրավիճակի, որն առկա է տվյալ պահին: Մինչդեռ ընդհանուր նմուշօրինակները կարող են ներառել տեղեկատվություն՝ կազմված մի քանի մասնավոր նմուշօրինակներից «միևնույն իրավիճակի» կամ «համանման իրավիճակի» մասին: Մասնավոր նմուշօրինակները կարող են պարունակել նոր տեղեկատվություն՝ որին համապատասխան վերադասավորվում են ընդհանուր նմուշօրինակները: Այն ընդհանուր նմուշօրինակները, որոնք սոցիալապես համապատասխան են, կարող են կերպավորվել: Իր աշխատանքում Թ. վան Դեյկը չի օգտագործում «կարծրատիպ» եզրույթը, սակայն իմաստաբանական նմուշօրինակների սահմանումը, նմուշօրինակների կառուցվածքների ու գործառույթների բնութագրումը թույլ են տալիս պնդել, որ նրա իմաստաբանական նմուշօրինակները ոչ այլ ինչ են, քան կարծրատիպեր /van Deijk, 1989: 161-227/:

Թ. վան Դեյկը նշում է, որ իրավիճակների նմուշօրինակները «բավականին նկատելի դեր են կատարում ինչպես մարդու հիշողությունում համոզումների ու կարծիքների կազմակերպման մեջ, այնպես էլ խոսքային հաղորդակցություններում դրանց արտահայտման ժամանակ» /van Deijk, 1989: 162/:

Գեներալային կարծրատիպը *սոցիալական* կարծրատիպի տեսակներից է: Նշյալ հասկացությունը սահմանելու դժվարությունը բացատրվում է նրանով, որ այն գործածում են ամենատարբեր ուղղությունները ներկայացնող գիտնականներ՝ սոցիոլոգիա, ազգագրություն, հոգեբանություն, իմացաբանություն, էթնոհոգեբանություն և լեզվաբանություն: Այս գիտաճյուղերից յուրաքանչյուրը յուրովի է մեկնաբանում կարծրատիպի հասկացությունը, սակայն դրանց սահմանումներում կան բազմաթիվ փոխլրացնող տարրեր: Անհնար է լեզվում կարծրատիպերի հետազոտությամբ զբաղվել՝ չօգտվելով այլ գիտությունների տվյալներից, որոնցում այդ հասկացության մշակումը սկսվել է շատ ավելի վաղ, քան լեզվաբանության մեջ: Դա թույլ է տալիս ավելի խորությամբ հասկանալ ու մեկնաբանել կարծրատիպը:

Սոցիալական կարծրատիպի հիմնախնդիրը ընդգրկում պատմություն ունի: Առաջարկվել են սոցիալական կարծրատիպի բավականին մեծ թվով սահմանումներ: Հեղինակի տեսական ուղղվածությունից կախված՝ առաջին պլան է մղվում այդ երևույթի համապատասխան հայեցակերպը: Այսպես, Տ. Շիբուտանին սոցիալական կարծրատիպը սահմանում է որպես «հանրամատչելի հասկացություն, որը նշանակում է մարդկանց մոտավոր խմբավորում՝ ձևավորված ինչ-որ հեշտ տարբերակելի հատկանիշի հիման վրա, որը հիմնավորվում է այդ մարդկանց հատկությունների վերաբերյալ լայնորեն տարածված պատկերա-

ցումներով» /Шибутани,1999: 101/: Տ. Շիրուտանիի կարծիքով, որոշակի կարգով խմբավորվող նման վերացարկումները ձևավորվում են որոշ մարդկանց վարքի առանձնահատուկ ձևերի համակցության միջոցով:

Ամերիկյան գիտության մեջ գոյություն ունեն բազմաթիվ ուղղություններ, որոնք մշակում են կարծրատիպերի հետազոտման սոցիալ-բիոկոնստրուկտիվ (Ու. Լիպման), հոգեբանական (Տ. Շիրուտանի) տեսություններ: Ամերիկյան հետազոտությունների համար ընդհանուրն այն է, որ դրանք հիմնականում նվիրված են մարդկանց հատուկ կարծրատիպերին (այսինքն՝ որոշակի սոցիալական խմբում ձևավորվող կերպարներին), նրանց դերին սոցիալական և քաղաքական ոլորտներում: Արևմտաեվրոպական սոցիալական հոգեբանության մեջ լայնորեն տարածված է այն տեսակետը, ըստ որի՝ սոցիալական կարծրատիպերը և խմբային ու հասարակական գիտակցության մի շարք այլ բացառիկ երևույթներ պետք է միավորվեն ընդհանուր հայեցակարգային կաղապարում:

Կարծրատիպերի վերլուծության ժամանակ անհրաժեշտ է հաշվի առնել կարծրատիպականացման ինչպես բացասական, այնպես էլ դրական հետևանքները: Մի կողմից՝ տեղեկատվության սղության պայմաններում այլ մարդու մասին կարծրատիպից բխող դատողության սխեման հաճախ գործում է որպես կանխատրամադրվածություն: Տվյալ դեպքում սոցիալական կարծրատիպը հաճախ կեղծ է և պահպանողական դեր է կատարում՝ ձևավորելով մարդկանց սխալ պատկերացումներ տեղի ունեցածի մասին, խեղաթյուրելով կատարվածի մեկնաբանության գործընթացը և միջանձնային համագործակցության բնույթը: Ցանկացած սոցիալական կարծրատիպ, որ ճիշտ է մի իրավիճակում, կարող է սխալ լինել մեկ այլ դեպքում, շրջապատող հանրության նկատմամբ անձի կողմնորոշման հարցի լուծման համար արդյունավետ չէ: Մյուս կողմից՝ սոցիալական կարծրատիպերի առկայությունը էական դեր է խաղում սոցիալական կյանքում այն պարզ պատճառով, որ առանց դրանց, տեղի ունեցածի կամ նկատվածի մասին սպառնիչ տեղեկատվության բացակայության դեպքում հնարավոր չէր լինի ո՛չ համարժեք գնահատական տալ, ո՛չ համարժեք կանխատեսում անել: Նախ՝ կարծրատիպը թույլ է տալիս կտրուկ նվազեցնել փոփոխվող իրականությանն արձագանքելու ժամանակը, երկրորդ՝ արագացնել ճանաչողության գործընթացը, երրորդ՝ ներկայացնել ինչ-որ նախնական հիմք՝ տեղի ունեցածի նկատմամբ կողմնորոշվելու համար: Այսպիսով, չնայած պարզեցմանն ու ընդհանրացման ենթարկելը՝ կարծրատիպերը կատարում են անհրաժեշտ գործառույթ միջանձնային ըմբռնման գործընթացները կարգավորելու հարցում:

Ամփոփելով ասենք, որ սոցիալական կարծրատիպը արտահայտվում է ինչպես մտածողության կարծրատիպի, այնպես էլ անձի վարքի (այդ թվում՝ լեզվական) կարծրատիպի ձևով: Այն ձևավորվում է ինքնաբերուխ զգացմունքների ու հույզերի հիման վրա, սակայն, այնուամենայնիվ, պայմանավորված է մարդկանց միասնական գիտակցության մեջ ամրագրված զարգացման բնական պայմաններով:

## ԳՐԱԿԱՆՈՒԹՅՈՒՆ

1. ван Дейк Т.А. Язык. Познание. Коммуникация: Сб. работ. М.: Прогресс, 1989.
2. Липпман У. Общественное мнение / Пер. с англ. Т. В. Барчуновой, Редакторы перевода К.А. Левинсон, К.В. Петренко. М.: Институт Фонда «Общественное мнение», 2004.
3. Прохоров Ю.Е., Стернин И.А. Русские: коммуникативное поведение, 2-е изд., испр. и доп. М.: Наука, 2006.
4. Рябов О.В. Гендерные аспекты межкультурной коммуникации: социально-философский анализ // *Гендер как интрига познания: Альманах*. М.: Рудомино, 2002.
5. Словарь гендерных терминов / Под ред. А.А. Денисовой. М.: Информация – XXI век, 2002.
6. Шибутани Т. Социальная психология. Ростов на Дону: Феникс, 1999.
7. Lakoff G. Metaphors and War: The Metaphor System Used to Justify the War in the Gulf // *Thirty Years of Linguistic Evolution: Studies in Honor of René Dirven on the Occasion of His Sixtieth Birthday* / (ed.) Martin Pütz. Philadelphia: John Benjamins Publishing Company, 1992.
8. Romaine S. Communicating Gender. London: Lawrence Erlbaum Associates Publishers, 1999.

**А. КНЯЗЯН – Генезис и интерпретация понятия «стереотип».** – Традиционно, под словом *стереотип* понимают некую схему, на основе которой происходит восприятие и оценка информации. Со стереотипами различного рода мы часто сталкиваемся в повседневной жизни. Стереотипы представляют собой эталоны поведения мужчин и женщин, которым, как ожидается, они должны следовать и благодаря которым моделируется характерный для данной культуры тип нравственных взаимоотношений между мужчинами и женщинами. Стереотипы могут меняться в зависимости от исторической, международной, а также внутри-политической ситуации в той или иной стране.

**Ключевые слова:** гендерные стереотипы, гендерные представления, типичные примеры, нетипичные примеры, мужчина, женщина

**A. KNIAZIAN – Genesis and the Interpretation of the Concept of “Stereotype”.** – Traditionally, the word *stereotype* is defined as a widely held but fixed and oversimplified image or idea of a particular type of person or thing. Various kinds of stereotypes we often encounter in everyday life. Stereotypes involve generalizations about male and female identities and about appropriate roles and aspirations for women and men. Stereotypes may vary depending on the historical, international, as well as the political situation in a given country.

**Key words:** gender stereotypes, social stereotypes, gender perceptions, typical examples, atypical examples, male, female