

STEREOTIPLAR: STEREOPIPLARNING O‘ZBEK TILI LEKSIKASIDA QO‘LLANILISHI

Toshkent kimyo texnologiya instituti Yangiyer filiali

Boboqulova Laylo Umidjon qizi

Янгиерский филиал Ташкентского химико-технологического института

Бобокулова Лайло Умидовна

Tashkent chemical technological institute of Yangier branch

Bobokulova Laylo

Annotatsiya. Amerikadagi ko‘plab yirik kompaniyalar rahbarlarining 80 % ga yaqini erkaklardir, ammo ayollar firmalardagi barcha oddiy ishchilarning katta qismini tashkil qiladi. Ayollarning rahbarlik lavozimlarini egallay olmayotganligi, ular erkaklarga nisbatan kam qobiliyatli degan ma`noni anglatmaydi. Mutaxassislarning fikricha, bu holatning sababi, ayol jinsiga nisbatan o‘rnatilgan stereotiplardir. Xo‘s, stereotip o‘zi nima? Bu so‘z qanday paydo bo‘lgan? Qanday turlari mavjud? Ularning o‘zbek tilidagi ahamiyati qanday? Ushbu maqolada ayni savollarga javob beriladi.

Аннотация. Около 80% генеральных директоров многих крупных компаний в Америке — мужчины, но женщины составляют большинство всех рядовых работников фирм. Тот факт, что женщины не могут занимать руководящие должности, не означает, что они менее способны, чем мужчины. По мнению экспертов, причиной такой ситуации являются стереотипы о женском поле. Так что же такое стереотип? Как появилось это слово? Какие типы существуют? Каково их значение в узбекском языке? Эта статья отвечает на те же вопросы.

Abstract. About 80% of the CEOs of many large companies in America are men, but women make up the majority of all ordinary workers in them. The fact that women cannot occupy leadership positions does not mean that they are less capable than men. According to experts, the reason for this situation is stereotypes about the females. So what is a stereotype? How did this word come about? What types of stereotypes are there? What is their significance in the Uzbek language? This article answers these questions.

Kalit so‘zlar: stereotip, stereotiplash, irqiy stereotiplar, gender stereotiplar, androsentrizm, “haqiqat yadrosi”, madaniy stereotiplar

Ключевые слова: стереотип, стереотипизация, расовые стереотипы, гендерные стереотипы, андроцентризм, «коренная истина», культурные стереотипы.

Key words: stereotype, stereotyping, racial stereotypes, gender stereotypes, androcentrism, the kernel of truth, cultural stereotypes

Stereotip (ing. Stereotype) atamasiga dunyoning mashxur lug‘atlarida izohlar berilgan. Masalan, Amerikaning nufuzli Merriam Webster lug‘atida so‘zga quyidagicha ta’rif beriladi: Stereotip bu – guruh a`zolari tomonidan umumlashtirilgan va haddan tashqari soddalashtirilgan fikr, xurofotga (biror obyektni yaxshilab tahlil qilmasdan avval shakllantirilgan, ko‘pincha noto‘g‘ri fikr) yo‘g‘rilgan munosabat yoki tanqidsiz hukmni ifodalovchi standartlashtirilgan, ongda shakllangan surat. Britaniyaning Cambridge English lug‘atida atama quyidagicha izohlanadi: Stereotip bu – biror kim yoki biror narsaning qandayligi to‘g‘risida odamlarda mavjud bo‘lgan, ko‘pincha noto‘g‘ri fikrlar majmui. Yana bir lug‘atda (Collins English dictionary) stereotip shunday ta‘riflanadi: Stereotip – ko‘pgina odamlar ma`lum bir shaxs yoki narsaning turini ifodalaydi deb ishonuvechi qat‘iy umumiylashtirish yoki xususiyatlardan to‘plami.

Stereotiplarni yaxshiroq tushunishimiz uchun quyidagi 3 mulohaza yordam beradi¹:

- a) Stereotiplar tushuntirishga yordam beradi;
- b) Stereotiplar energiya tejovchi vositalar;
- c) Stereotiplar umumiylashtirishga yordam beradi.

Bulardan birinchisi shuni anglatadiki, stereotiplar qabul qiluvchiga vaziyatning mohiyatini anglashga, tushunishga yordam beradi, ikkinchisi, stereotiplar qabul qiluvchi tomonidan sarflanadigan kuchni kamaytirishi kerakligini, uchinchisi esa, stereotiplar qabul qiluvchi mansub bo‘lgan ijtimoiy guruh normalari va qarashlariga mos ravishda shakllangan bo‘lishi kerakligini anglatadi. Tajfelning fikricha, (1969, 1981 a; Tajfel & Wilkes, 1963) stereotiplashtirish bu – kategoriyaga ajratish jarayoni. Biz ma`lum bir guruh to‘g‘risida tushuncha hosil qilish uchun uni boshqalarga qiyoslaymiz, o‘xhash va farqli jihatlarini aniqlaymiz. Aynan shu jarayon kategoriyalash deyiladi. Masalan, ayollar – ojiza degan stereotipni shakllantirish uchun avval ayollar va erkaklarning jismoniy xususiyatlari o‘rganiladi, qiyoslanadi va jismoniy jihatdan ustunlik qilgan guruhga kuchli, aksincha bo‘lgan guruhga zaif kategoriyasi beriladi. Stereotip ijtimoiy psixologiya atamasi sifatida, har qanday toifadagi odamlarga tegishli bo‘lgan ba’zi bir e`tiqodlar, shuningdek, bunday odamlarning butun guruhini yoki umuman ularning xulqlarini aniqlash uchun ishlataladigan xatti harakatlarning ma`lum modelini bildiradi.

Yuqorida guruhni umumlashtiradigan bo‘lsak, stereotiplar ma`lum odamlar guruhni yoki narsalarga nisbatan ongimizda shakllangan va qat‘iy o‘rnashib qolgan munosabat. Ushbu munosabat aksar hollarda stereotiplashtirilayotgan ob`yektni to‘liq o‘rganmasdan, tahlil qilmasdan hukm chiqarish, yoki, o‘rganilayotgan guruhning aksari a`zolari xos bo‘lgan xususiyatlarni umumlashtirish, mutlaqlashtirish, stereotiplashtirilayotgan ob`yektning boshqa ob`yektlar bilan o‘xhash, noo‘xhash taraflarini o‘rganish, kategoriyalash orqali yuzaga keladi. Yaratilgan stereotiplar asosli bo‘lsa va omma qarashlariga mos kelsa, umumiylashtirishga yordam beradi.

Stereotip so‘zi asli fransuz tilidan kelib chiqqan bo‘lib, “stereotype” fransuzcha “Stere” “qattiq, mustahkam”, “type” “bosmoq, termoq” ma`nolarini anglatadi. Ushbu atama dastlab asosan tipografiyada

¹ ¹¹ Stereotypes as explanations. The formation of meaningful beliefs about social groups. Craig McGarty, Vincent, Y.Yzerbyt, Russell Spears. Cambridge university press, 2002 (pp 2-3).

ishlatilgan. Stereotip XVIII asr oxirida ishlab chiqilgan va bosma nashrlarda, gazetalarda va boshqa tezyurar presslarda keng qo'llanilgan bosma plastinka turi. Dastlab 1798 yilda Firmin Didot tomonidan har qanday bosma mahsulotni takrorlaydigan bosma shaklni tavsiflash uchun foydalanilgan. Bosib chiqarish uchun asl nusxasi o'rniga bosma shaklning dublikati yoki stereotipdan foydalanilgan. Stereotiplash jarayoni shotlandiyalik zargar Uilyam Ged (1690-1749) tomonidan kashf qilingan. Tipografiya nuqtai nazaridan “stereotip” so‘zining birinchi ishlatilishi 1850 yilga to‘g’ri keladi. Tipografiyaga zamonaviy fotoplimer dastgohlarning kirib kelishi bilan stereotiplarga bo‘lgan talab yo‘qoladi. Shu bilan birgalikda so‘zning o‘zi ham kundalik ehtiyojdan chiqadi. 1922 yilga kelib “stereotip” atamasi birinchi marta zamonaviy psixologiyada amerikalik jurnalist Uolter Lippmannning “Ijtimoiy fikr” asarida ishlatilgan. Lippmannning ta`rifiga ko‘ra stereotip – bu avvalgi ijtimoiy tajribaga asoslanib, atrofdagi dunyoni o‘rganish va anglashda tarixiy hamjamiyatda qabul qilingan ma`lumotlarni idrok etish, filrlash va talqin qilish uslubi. Uolter Lippmannning ta`rifi sotsiologlar va ijtimoiy psixologlar uchun muhim kognitiv salohiyatga ega, chunki u paydo bo‘lgan va taqdim etilayotgan narsalarni farqlash imkonini beradi. Shunday qilib, 1999 yilda Oksfordda bo‘lib o‘tgan Yevropa eksperimental ijtimoiy psixologiya assosiatsiyasining 33 simpoziumidan 13 tasi stereotiplar, xurofot va kamsitishlar muammolariga bag‘ishlandi. Lippmann o‘zining “Jamoatchilik fikri” kitobida keyinchalik tadqiqotchilar stereotiplarda kashf qilgan asosiy mazmunni u avvalroq topgan edi, tushunchaning o‘zi esa kundalik tilga qat’iy kirib kelgan. Asta sekin, bu atama oddiy odamlarning nutqida ham, ommaviy axborot vositalarida ham doimiy ravishda qo‘llanila boshlaydi. Stereotiplarning bir qancha turlari mavjud bo‘lib, ular orasida eng mashxurlari, eng ko‘p muhokamaga sabab bo‘ladiganlari irqiy, gender, madaniy stereotiplaridir.

Iraqiy stereotiplar

Iraqiy stereotiplash deganda odamlarni yuzi, tanasi, terisini rangi, soch rangi, ko‘z tuzilishi, burun kengligi, lab tuzilishi kabi fenotipik tashqi xususiyatlarining xilma xilligiga ko‘ra guruhlarga ajratish tushuniladi. Amerikadagi oq tanli va qora tanli aholi o‘rtasidagi diskriminatsiya iraqiy stereotiplarga yaqqol misoldir. Amerikada mavjud iraqiy stereotiplardan biri bu oq tanlilarining tashqi ko‘rinish jihatdan qora tanlilardan ustun ekanligi haqidagi stereotipdir. Unga ko‘ra, oq tanlilarga xos tashqi xususiyatlarga (och teri rangi, yorqin, tekis sochlar, oval yuz shakli, ingichka lab va burun) ega bo‘lgan individuallar boshqalarga qaraganda ko‘proq ustunlikka egadirlar. Ilk tarixiy manbalarga ko‘ra, qora va oq tanlilar quldorlik davridan buyon terisining rangiga ko‘ra diskriminatsiya qilingan. (Drake va Kayton, 1945). Quldarlik davrining oxirlariga kelib oq tanlilar yaxshiroq ijtimoiy, iqtisodiy va ta`limiy imkoniyatlar bilan ta`minlangan. (Neal & Wilson, 1989). Shunga qaramasdan qora tanlilar to‘g’risida, ularga ustunlik beruvchi stereotiplar ham mavjud. Misol uchun, qora tanlilar yaxshi sportchidirlar. Yuqoridaqgi stereotiplarning to‘liq asosga ega emasligini inobatga olgan holda aytish mumkinki, stereotiplash orqali 100 foiz aniq hukm chiqarib bo‘lmaydi.

Gender stereotiplar

Gender stereotiplarga ayol va erkak xulq atvori belgilari, ayol va erkaklarda bo‘lishi kerak bo‘lgan sifatlar haqida ja‘miyat a‘zolari tomonidan umumlashtirilgan bilimlarni ko‘zda tutuvchi sotsiokognitiv strukturalar sifatida qaraladi. (Ekkes, 2004, 165 b). Ekkesning fikriga ko‘ra, gender stereotiplar, ularni boshqa stereotiplardan ajratib turuvchi, ikki tarkibiy qismga ega: bular, ta`riflovchi va tavsiyalovchi komponentlar. Ta`riflovchi komponentlar ayol va erkaklar qanday ekanligi, o‘z jinslari doirasida qanday

sifatlarga ega ekanliklari haqidagi qarashlarni qamrab olsa, tavsiyalovchi komponentlar ayol va erkaklarning qanday sifatlarga ega bo‘lishi kerakligi, o‘zlarini qanday tutishlari kerakligi haqidagi qarashlarni ilgari suradi. (Ekkes, 2004, 165 b) Gender stereotiplar erkak va ayollarga xos xarakter xususiyatlar haqida odamlarda shakllangan qarashlardan iborat. Jamiyatda erkak va ayollar xususiyatlariga taaluqli stereotiplar shakllangan bo‘lib, ular erkaklik yoki ayollikni aks ettiruvchi normalarga aylanib ulgurgan. Erkaklarga xos stereotiplar quyidagilar:

Erkaklar kuchli;
Yigit kishi yig‘lamaydi;
Er kishining ko‘rki soqol;
Erkaklar yaxshi sportchilardir;
Yigit kishi tartibsiz bo‘ladi;
Yigit kishi bir so‘zli bo‘ladi;
Erkakning oshi ko‘chada;
Ayollarga xos stereotiplar:
Ayol nozik xilqat;
Qiz bola mayin gapiradi;
Ayolning o‘rni oshxonasi;
Ayollar ta’sirchan, hissiyotga beriluvchan bo‘ladi;
Qiz bolaning ko‘rki soch;
Qiz bola kechasi ko`chada yurmaydi;
Futbol bilan boks qiz bola uchun emas;
Qiz bola shim kiymaydi;
Qiz bola odobi bilan go`zal.

Yuqorida aytilganidek, bu stereotiplar omma ongida qat’iy o‘rnashgan bo‘lib, erkaklik yoki ayollik belgilari sifatida qabul qilinadi. Gender stereotiplar doirasida ko‘p muhokamaga sabab bo‘luvchi tushuncha mavjud bo‘lib, u androsentrism (erkaklarga ustunlik berilishi) deb nomlanadi. Jamiyatda ayol va erkaklarning roli, imkoniyatlari teng emasligi, aksar hollarda erkaklar ayollarga qaraganda ko‘proq ustunlikka ega ekanliklari haqida qarashlar mavjud. Masalan, Amerikadagi ko‘plab yirik kompaniyalar rahbarlarining 80 % ga yaqini erkaklardir, ammo ayollar firmalardagi barcha oddiy ishchilarning katta qismini tashkil qiladi. Mutaxassislarning fikricha, bu to’siq, ayol jinsiga nisbatan o‘rnatilgan stereotiplar tufayli mavjud. Quyidagi stereotiplar bu fikrni tasdiqlaydi.

Erkaklar ayollarga qaraganda aqli;
Erkaklar aqlga, ayollar hissiyotlarga tayanadilar;
Ayol kishining o‘rni oilada.

Ammo, ayollarga ustunlik beruvchi stereotiplar ham topiladi. Masalan, erni er qiladigan – xotin; o‘g‘ling axmoq bo‘lsa ham, kelining dono bo‘lsin; erkakning bitta joni bo‘lsa, ayolning mingta joni bor; aqli bo‘lsa yigitning xotini, yaxshilikka chiqrar yigitning otini. Gender stereotiplar o`rtasidagi oltin o`rtalikni topish uchun Bordalo va boshqalar (2016) “haqiqat yadrosi”ga (the kernel of truth) tayanadi. Unga ko`ra, qarashlar ayollarning erkaklardan ustunlik qiluvchi tomonlarini bo`rttirib ko`rsatdi, ayni vaqtida

esa, ularning erkaklardan zaiflik qiluvchi tomonlarini yanada pastga uradi. Bundan kelib chiqadiki, ‘haqiqat yadrosi’ga ko`ra, stereotiplar genderlarning turli kategoriyalardagi ishtirokini bo`rttirib ko`rsatadi.

Madaniy stereotiplar

Madaniyat ma`lum jamiyatdagi odamlarning yashash tarzi, urf-odatlari, qarashlari, g`oyalarini, til, din, san`at va adabiyotiga xos belgilarni o`z ichiga oladi. Jamiyat a`zolarining ushbu belgilari haqida hosil bo`lgan stereotiplar – madaniy stereotiplardir. Lorens Blumning (2004) fikriga ko`ra, stereotiplar jamiyat yoki tegishli madaniyat a`zolari ega bo`lgan va stereotipga ega bo`lmagan odamlar tomonidan keng ravishda anglashiladigan madaniy birliklardir. Ayni shu ma`noda men stereotiplarni “madaniy stereotiplar” deya olaman². Madaniy stereotiplarga ba`zi misollar quyidagilardan iborat:

Amerikaliklar semiz va tanbal;

Yahudiylar ochko`z xalq;

Arab va musulmonlar terrorist;

Italiyaliklar va fransuzlar romantik;

Osiyoliklar yaxshi matematiklar;

Ruslar aroqxo`r.

Stereotiplar xalqlarning madaniy qiyofasini aynan ko`rsatib bermaydi. Ba`zida ular xalqlarni yerga urish, ular to`g`risida salbiy taassurot uyg`otish uchun ham xizmat qiladi. Masalan, Amerika OAVlarida, ancha yillar avval, Osiyoliklar so`yoq tishli, ingliz tilini tushunarsiz qilib gapiradigandek tasvirlangan.³

Zamonaviy hayotimizda stereotiplardan o`zimiz bilgan va bilmagan holda ko`p foydalanamiz va stereotipik qarashlar zamirida ish ko`ramiz. Stereotiplarning bo`rttirilgan, noto`g`ri shakllangan tushuncha ekanligini, salbiy taassurot paydo qilishi mumkinligini ko`rdik. Xo`sh, unda nega stereotiplardan foydalanamiz? Stereotiplarning ahamiyatliligini isbotlovchi bir nechta sabablar mavjud. Birinchidan, stereotiplar tushunishga, tushuncha hosil qilishga yordam beradi. Stereotiplash jarayonida ma`lumotlar saralanadi, ma`lum guruh ichida eng ko`p kuzatilgan, barchaga ma`lum xususiyatlar tanlab olinib umumlashtiriladi va ma`lumotni ixcham, sodda va lo`nda ko`rinishga keltiriladi. Ko`plab ma`lumotlar qurshovida qolgan muhitda, ma`lumot qabul qiluvchi tomonidan qo`llaniladigan eng yaxshi usul – bu ma`lumotlar yukini filtrlash yoki nazardan qochirish orqali kamaytirishdir (Medin, 1988; Oakes & Turner, 1990). Ikkinchidan, stereotiplar biron obyektni tushunish uchun sarflaydigan vaqtimiz va kuchimizni tejaydi. Odamlarga ma`lum guruh a`zolari sifatida qarash energiyamizni tejaydi chunki biz bunda individual shaxslarga xos bo`lgan barcha ikir chikirlar va turli xil ma`lumotlarga e`tibor bermaymiz. Alport (1954) tomonidan ilgari surilgan bu fikr 1970 yillarda ijtimoiy stereotiplashga nisbatan kognitiv yondashuvning tamal toshiga aylandi. Uchinchidan, stereotiplarni ishlashimizning sababi ularning umumiyl guruh e`tiqdiga aylanganligidadir. Stereotiplar ommanning qarashlariga mos kelgan taqdirdagina umumiyl foydalanishga kiradi. Stereotiplar ko`pchilik odamlar tomonidan ma`qullanmasa e`tiborni jalb qila

² Lawrence Blum. Stereotypes and Stereotyping: A Moral Analysis. Philosophical Papers, vol. 33, No. 3, November 2004: 251-289

³ “Tiffaninikida nonushta” filmida Mayk Runey ijro etgan xitoylik obrazi.

olmaydi. Agarda bir guruh ichidagi shaxslarning barchasi bir biridan farqlanuvchi xarakter xususiyatlarga ega bo`lsa, stereotip shakllanmaydi. Ommalashgan stereotiplier ma`lum guruh a`zolarining xulq atvorini taxmin qilishga yoki tushunishga yordam beradi. Masalan, hindlar kuy qo`shiqni sevadilar, stereotipi ko`pgina hindlar kuylash, raqsga tushishni yoqtirishini anglashimizga yordam beradi.

Stereotiplier yashashga yordam beradi deb aytish mumkin, shu bilan birlgilikda, ular ko`pincha aqliy faoliyatni cheklab, ongni stereotipli dunyoqarash doirasidan tashqariga chiqarmay, to`laqonli hayotga halaqit beradi. Stereotiplier guruhlar o`rtasidagi qarama qarshiliklar, nizolar, shuningdek, kamsitish, irqchilik, millatchilik uchun asos bo`lishi mumkin. Stereotiplier bilan kurashishning asosiy usuli: ularga shubha qilish, tahlil qilishdir. Stereotipli hukmlarga ko`r ko`rona ishonmaslik, ularni shubha ostiga qo`yish, ma`lumotlarni tekshirish, o`z fikrini shakllantirish lozim. Shundagina biz o`rnatilgan asossiz stereotiplardan voz kechishimiz va yangi xurofotlar paydo bo`lishining oldini olishimiz mumkin.

Foydalanilgan adabiyotlar ro`yxati

1. Craig McGarty, Vincent Y. Yzerbyt va Russell Spears. Stereotypes as explanations. Cambridge university press, 2002
2. Eckes T. Geschlechterstereotype: Von Rollen, Identitäten und Vorurteilen // Handbuch Frauen- und Geschlechterforschung: Theorie, Methoden, Empirie / Hrsg. von Ruth Becker, Beate Kortendiek. – Wiesbaden: VS Verlag fur Sozialwissenschaft, 2004. – S. 165–176.
3. Lawrence Blum. Stereotypes and Stereotyping: A Moral Analysis. Philosophical Papers, vol. 33, No. 3, November 2004: 251-289
4. Pedro Bordalo, Katherine Coffman, Nicola Gennaioli, and Andrei Shleifer. Beliefs about Gender, August 2018. Saïd School of Business, pedro.bordalo@sbs.ox.ac.uk. Harvard Business School, kcoffman@hbs.edu. Universita Bocconi, nicola.gennaioli@unibocconi.it. Harvard University, shleifer@fas.harvard.edu.
5. Липпман У. Общественное мнение / . Т. В. Барчуров таржимаси, — М.: Институт Фонда «Общественное мнение», 2004.
6. Махмудова, Н. Р. Comparative analysis of the concept «woman» in English and Uzbek proverbs / Н. Р. Махмудова. — Текст: непосредственный // Современная филология : материалы V Междунар. науч. конф. (г. Самара, март 2017 г.). — Самара : ООО "Издательство АСГАРД", 2017. — С. 59-62. — URL: <https://moluch.ru/conf/phil/archive/234/11777/> (дата обращения: 27.03.2021).
7. Ослон А. Уолтер Липпман о стереотипах: «Общественное мнение» китобидан // Социальная реальность. — 2005. — № 4. — 125—141б.
8. <https://www.britannica.com/technology/stereotype-printing>