

Феномен «стереотипа» в межкультурной коммуникации: методологический аспект

Зякун Алла Ивановна
канд. истор. наук., доцент
ГВУЗ «Украинская академия банковского дела
Национального банка Украины»
г. Сумы

В статье рассматривается феномен «стереотипа» как понятие, включающее в себя представления одной нации о культуре другой нации в целом. Автор исследует взаимодействие понятий «стереотип» и «национальный характер» и выявляет особенности отражения национальной культуры в стереотипах.

Ключевые слова: стереотип, этностереотип, национальный характер, межкультурная коммуникация.

У каждого народа, нации есть свои собственные представления о людях иной культуры. Эти стереотипы в обществе складываются как относительно самих себя, в пределах своего культурного пространства, так и в отношении представителей другого языкового и культурного мира. Актуальность темы вызвана интересом исследователей к изучению роли этнокультурных стереотипов и их типологизации. Феномен «стереотипа» как один из механизмов социализации анализировался в работах А. Бодалева, Э. Эриксона, Дж. Мида, Б. Паригина А. Петровского, В. Петровского, Г. Тарда, Г. Тэджфела. В контексте социальной перцепции его рассматривали Г. Олпорт, Д. Тибо, Г. Келли, Г. Хоманс, Ф. Хайдер, Т. Ньюком, М. Осгуд, Г. Андреева, С. Кондратьева, М. Корнев, А. Коваленко. В исследованиях российских ученых Л. Дробижева, Г. Солдатовой, С. Мурадяна, Ю. Бромлей, С. Арутюнова, Ю. Лотмана, Л. Гумилева, К. Гаджиева, П. Шихирева и других рассматривались этностереотипы. В украинской науке проблемы этнокультурных стереотипов поднимались в исследованиях П. Гнатенко, В. Павленко, В. Сичинского, С. Крымского, А. Кульчицкого, А. Ермоленко, Ю. Рымаренко, которые акцентировали внимание на вопросах возникновения и функционирования этнокультурных стереотипов.

Несмотря на то, что вопрос о механизме формирования стереотипов и их роли в социальной и межкультурной среде изучены, в научной литературе нет единого мнения относительно правомерности использования самого термина «стереотип». Используются различные дефиниции: национальные стереотипы, этнические стереотипы, этнические представления, этнические предрассудки, национальный образ и другие, которые выражают одно и то же явление, и поэтому употребляются как синонимы. Ввиду этого, дискуссии по поводу определения, восприятия, понимания «стереотипа» продолжаются. Поэтому

автор считает уместным рассмотреть эти аспекты проблемы в этой статье, что и составляет ее цель.

Итак, проанализируем понятие «стереотип» с точки зрения когнитивной лингвистики, этнолингвистики, психологии, когнитологии и социальной психологии. В течение длительного времени ведется полемика об определении понятия «стереотип», делаются попытки выявить пути формирования и распространения национальных стереотипов в обществе, обсуждается вопрос о влиянии их на отношения между народами. Феномен «стереотипа» стал изучаться социологией, психологией, политологией, филологией, историей. В некоторых странах сформировались самостоятельные междисциплинарные направления исследующее происхождение, функционирование, влияние на состояние общества стереотипных представлений. Это направление получило название «имеджелогия» - формирование мнения у какой-либо группы людей о том или ином объекте на основе сформированного у них образа этого объекта. То есть стереотип является фрагментом того обобщенного образа страны, народа или культуры, который может создаваться в течение десятилетий или же веков и быть визитной карточкой под названием «этническая самобытность».

Сам термин «стереотип» был введен в научный оборот американским социологом У. Липпманом в 1922 году. По мнению ученого, человек, пытаясь постичь окружающий мир во всей его противоречивости, создает «картинку в своей голове» относительно тех явлений, которые он непосредственно не наблюдал. Человек имеет ясное представление о большинстве вещей еще до того, как он с ними непосредственно столкнулся в жизни. Такие представления-стереотипы формируются под влиянием культурного окружения данного индивидуума: «В большинстве случаев мы не сначала видим, а потом даем определение, мы сначала определяем для себя то или иное явление, а потом уже наблюдаем его. Во всей ... неразберихе внешнего мира мы выхватываем то, что навязывает нам наша культура, и мы воспринимаем эту информацию в форме стереотипов» [4, с. 104; 9, с. 81]. Стереотипы позволяют человеку составить представление о мире в целом, выйти за рамки своего узкого социального, географического и политического окружения. Липпман пишет о том, что стереотипы настойчиво передаются из поколения в поколение, часто воспринимаются как данность, реальность, биологический факт но человек может изменить восприятие окружающего мира когда сталкивается с реальностью. Ученый не считает стереотипы однозначно ложными представлениями. По его мнению, стереотип может быть правдой, или частично правдивой ложью. Определяя важность стереотипов для теоретического изучения он писал «система стереотипов, возможно, является стержневой в нашей личной традиции, она защищает наше место в обществе, ... а также сохраняет время в нашей занятой жизни и помогает нам спастись от сбивающих с толку попыток увидеть мир устойчивым и охватить его вполне» [4, с. 95, 114].

В традиции Липпмана изучая психологию социальных групп и отдельных индивидов М. Роберт и Ф. Тильман считали, что восприятие культур подлежит

определенным закономерностям, близким к законам индивидуального восприятия [6, с. 85 - 86]. Среди них, прежде всего, можно выделить избирательность восприятия, когда обращается внимание не на все, а лишь на некоторые проявления материальной или духовной культуры. Это естественно, поскольку невозможно сразу увидеть все свойства другой культуры. Следующим свойством восприятия является рассмотрение отдельных черт объекта в целостной системе, при этом отдельные черты культуры могут искажаться при восприятии, подвергаясь влиянию других. В конце концов, последней чертой восприятия можно считать его проектированность. То есть, восприятие проецируется не в чистый лист, а на собственную культурную целостность. Таким образом неминуемо перенесение определенных черт и закономерностей своей культуры на другую. Особенно это характерно для начальных межкультурных контактов, где часто акцентируется внимание, не на том, что есть, а на то, что могут или хотят увидеть.

Итак, при таком понимании, стереотипы есть неотъемлемым элементом любой культуры, обоснованные или необоснованные, истинные или ложные, самим фактом своего существования они влияют на сознание людей, их межнациональные контакты.

В 1933 году американские ученые Д. Кац и К. Брейли разработали методику исследования национальных стереотипов. В проведенном ими эксперименте сто студентов Принстонского университета из списка, содержащего 84 характеристики, должны были выбрать те, которые, с их точки зрения являются основными для десяти этнических групп африканцев, немцев, евреев, итальянцев, англичан, ирландцев, американцев, японцев, китайцев и турок. Результаты, полученные в ходе эксперимента, показали, что в большинстве случаев студенты удивительно единодушны в определении черт, присущих той или иной этнической группе. Поэтому в работе, которая анализировала результаты эксперимента, Кац и Брейли дали следующее определение «этнического стереотипа» - это «устойчивая мысль, мало согласующаяся с теми реалиями, которое она стремится представить, из за присутствующего человеку свойства сначала определить явление, а потом уже его понаблюдать» [8].

В конце 40-х годов по инициативе ЮНЕСКО было проведено широкомасштабное исследование с целью изучения двух важных на тот момент вопросов: как представители одной страны воспринимают народы других стран и какие факторы определяют их восприятие. Опросы проводились в Австралии, Англии, Германии, Франции, Италии, Нидерландах, Норвегии, США. Участникам предлагалось выбрать из 13 определений те, которые, по их мнению, характеризуют русских, американцев, англичан, французов, китайцев и их самих. Разница между положительными и отрицательными ответами определила так называемый «знаменатель дружественности» [7].

Итак, среди многообразия проблем, вытекающих из определения понятия «стереотип», можно выделить несколько наиболее принципиальных и одновременно спорных моментов. Во-первых наличие зерна правды в

стереотипах. Единого мнения по этому вопросу нет. Кто-то придерживается золотой середины считая, что стереотип может быть полностью правдой или частично, а кто-то воспринимает его как объективную реальность. С проблемой выяснения зерна правды неразрывно связан второй момент - устойчивость стереотипов. Логически если в основе стереотипа находится реальность, то он должен быть устойчив, если же он целиком и полностью ошибочен, то он должен меняться в зависимости от исторической, международной и даже внутривнутриполитической ситуации в той или иной стране. Исходя из этого делаем вывод об изменчивости стереотипов или частичной изменчивости. И третьи этнические стереотипы явление неизбежное и даже опасное. Опасность несут даже положительные стереотипы, так как они создают впечатление объективности и таким образом поддерживают всю систему стереотипов в целом. А о том какие эмоции, чувства и отношения могут вызвать негативные стереотипы в межкультурной коммуникации догадаться не сложно.

Большинство словарей отмечает, что слово «стереотип» имеет отрицательное значение. Например, определение стереотипа, которое дает словарь-справочник по психологии «Стереотип - жесткое, часто упрощенное представление о конкретной группе или категории людей. Поскольку мы вообще склонны к упрощению, то формируем стереотипы для большей предсказуемости поведения других людей. Эти стереотипы часто имеют негативную природу и основаны на предрассудках и дискриминации. Стереотипы не непременно являются ложными; обычно они содержат некое зерно истины. Их разделяет значительное количество людей, в целом способствуя их укоренению. Стереотипы могут меняться со временем, но их носителям часто бывает трудно избавиться от усвоенных представлений» [3]. Если же анализировать стереотип как представление, основанное на предрассудках, то через призму последних можно определить стереотип как предвзятое отношение к кому-либо на основе его принадлежности к конкретной группе или категории. Здесь имеется в виду наличие категоричной оценки - либо позитивной, либо негативной, но в психологической литературе обычно подразумеваются негативные установки по отношению к данному человеку или группе.

В когнитивной лингвистике и этнолингвистике термин «стереотип» относится к содержательной стороне языка и культуры, то есть понимается как ментальный (мыслительный) стереотип, который отождествляется с картиной мира. Языковая картина мира и языковой стереотип соотносятся как часть и целое, при этом языковой стереотип понимается как суждения или несколько суждений, относящихся к определенному объекту внеязыкового мира. Но языковым стереотипом может быть не только суждение но и любое устойчивое выражение, сравнение, клише, например, лицо кавказской национальности или новый русский.

В рамках социальной психологии можно проанализировать причины появления стереотипов изучив, в какой степени наши мысли зависят от непосредственного общественного контекста и, в свою очередь, как стереотипы влияют на наше поведение в обществе. Когнитивные теории акцентируют нашу

потребность классифицировать людей, так как это упрощает способ восприятия окружающего мира. Люди используют обобщения в том числе и стереотипы, чтоб максимально уменьшить нагрузку на мышление. Они разрабатывают схемы, отражающие их знания о себе и о других народах или культурах. Когда эти схемы закрепляются, они определяют наш способ обработки информации и формирования суждений о себе и других.

Таким образом, проанализировав понятие «стереотип» в некоторых срезях научных знаний, мы делаем выводы. Каждый человек обладает индивидуальным личным опытом, особой формой восприятия окружающего мира, на основе которого в его голове создается так называемая «картина мира», что включает в себя объективную часть и субъективную оценку действительности индивидуумом, а стереотип является частью этой картины. Основной чертой стереотипов является их детерминированность культурой, то есть представления человека о мире формируются под влиянием культурного окружения, в котором он живет. Носителями стереотипов есть социальное большинство. Исходя из этих выводов «стереотип» - это относительно устойчивый, обобщающий образ или ряд характеристик (нередко ложных), которые, по мнению большинства людей, свойственны представителям своего собственного культурного и языкового пространства, или представителям других наций.

Теперь поговорим о сопоставлении понятий «стереотип» и «национальный характер». Говоря о национальном характере следует понимать что же это такое и существует ли он вообще? Для примера приведем рассуждения о национальном характере Н. А. Ерофеева: «На уровне бытового сознания существование у каждого народа национального характера не вызывает сомнений, является как бы аксиомой. Особенно часто эта мысль возникает во время пребывания в чужой этнической среде, даже самого короткого. Оно укрепляет убеждение в том, что люди этой общности во многих отношениях сильно отличаются от нашей: об этом свидетельствуют черты их жизни и быта, порой даже внешний облик людей, их поведение и прочее. В наблюдателя невольно возникает вопрос: случайные эти особенности и отличия или они проистекают из одной общей и глубокой причины и коренятся в особой природе данного народа, его особом национальном характере? Может быть, поняв этот характер, мы легко поймем все особенности данного народа? Национальный характер оказывается есть как бы ключом к объяснению жизни народа и даже его истории» [2, с. 7, 29, 136]. Как видим национальный характер - это специфическая совокупность реальных черт нации. И отмечая национальную специфику каждого народа сюда мы относим самосознание, привычки, вкусы, традиции, связанные с национальными чувствами, национальной культурой, бытом, национальной гордостью.

Учитывая концепцию этих двух терминов можно сказать, что они практически тождественны. Единственное отличие заключается в том, что понятие «национальный характер» является родовыми, а понятие «стереотип» - видовым, то есть частью национального характера.

Теперь о соотношении «стереотип» и межкультурная коммуникация. В процессе контакта с незнакомой, то есть иной или чужой культурой складывается определенное отношение к ней, а это значит, что носитель другой культуры традиционно воспринимается как «чужой». Как правило, понятие «чужой» накладывается на носителя определенной культуры, контакты с которой наиболее интенсивные или особо значимые для культуры реципиента. Например, в русской культуре XIX века представления о «всех чужих» связывалось чаще всего с французами, причем знание французского языка было знаком принадлежности к элите, к тому социальному слою, который противопоставлялся иным социальным слоям. Именно это в комедийном духе представил Н. Гоголь в «Женитьбе»: «А. .. на каком языке говорят в Сицилии? - А натурально, все на французском. - Все с решителью» [1, с.94]. В конце XIX - начале XX в. «чужим» чаще стал считаться представитель немецкой культуры. Интересно, что в древнерусском языке всех иностранцев называли словом «немец». Впоследствии это слово было вытеснено словом чужеземец, а значение слова немец сузилось только до тех иностранцев, которые приезжали из Германии. Можно предположить, что словом немец называли человека, который не умел говорить, в значении не знал языка. В дальнейшем представление о чужаке из других земель не владеющего языком сменилось происхождением, то есть человек из чужой земли, из других стран. Смысл этого слова становится полным и ясным в противопоставлении свой, родной и иностранный, то есть чужой, принятый в других странах. Как видим в этой дефиниции заложено столкновение между своим и чужим, и на лицо возможен конфликт культур. Чтобы понять суть термина конфликт культур, нужно вдуматься в слово иностранный. Становится понятно, что именно «родная, своя» культура объединяет людей и одновременно отделяет их от других, чужих культур, от культур других стран. Иначе говоря, родная культура - это и щит, охраняющий национальное своеобразие народа, и глухой забор, отгораживающий от других народов и культур.

В межкультурной коммуникации противопоставление своей и чужой культуры может осмысливаться и как оппозиция признаков «естественное», то есть свое – «неестественное», чужое. Неестественным может считаться, что существуют люди, которые не понимают или не говорят на родном реципиенту языке, или же иначе выражают свои эмоции. Понимание своего как естественного, а чужого как неестественно может существовать и в образной форме, к примеру «Почему же ты в Париж не поехал? Тебя ведь звали. – Потому что я русский . .. я без репы жить не могу! А в Париже, лягушками кормят» [5, с.62].

Как видим, национальный характер культуры определяет набор стереотипов связанных с вербальным и невербальным (мимика, жесты, телодвижения) поведением, особенностями быта и повседневной жизни нации, религиозными и национальными обрядами. Стереотипы существуют в любом обществе, но особенно важно подчеркнуть, что набор стереотипов для каждого из них сугубо специфичен. Столкновение стереотипов, характерных для различных культур, может создать трудности в общении и стать предпосылкой

возникновения конфликта культур в межкультурной коммуникации. Поэтому в современном мире важно усвоение не только собственных этностереотипов но и понимание культурных особенностей иных народов и государств.

Литература

1. Гоголь Н. В. Женитьба / Собрание сочинений. В 7-ми томах. Т.3. / Под общ. ред. С. И. Машинского, М. Б. Храйченко. – М.: Художественная литература, 1984. – 295 с.
2. Ерофеев Н. А. Туманный Альбион. Англия и англичане глазами русских. 1825-1853 гг. – М: Наука, 1982. – 256с.
3. Кордуэлл М. Психология А-Я. Словарь-справочник / Пер. с англ. К. С. Ткаченко. – М: Фаир-Пресс, 2000. – 448с.
4. Липпман У. Общественное мнение. – М.: Институт Фонда "Общественное мнение", 2004. – 382 с.
5. Погодин Н. Кремлевские куранты, М: Искусство, 1966. – 96 с.
6. Робер М. А., Тильман Ф. Психология индивида и группы. / Пер. с франц., предисловие Толстых. – М: Прогресс, 1988. – 250с.
7. Buchanan W., Cantril H. How Nations See Each Other, Urbana, 1953
8. Katz D., Braly K. Racial Stereotypes in One Hundred College Students // Journal of Abnormal and Social Psychology, 1933, Vol.28, p.288-289
9. Lippman W. Public Opinion. NY Toronto, 1965. – P. 81.

Summary

Zyakun Alla. The phenomenon of "stereotype" in intercultural communication: methodological aspect.

The article discusses the phenomenon of "stereotype" as a concept that includes a submission of one of the nation about the culture of another nation in general. The author explores the interaction of such concepts like "stereotype" and "national character" and reveals the features of the reflection of national culture in stereotypes.

Keywords: stereotype, ethnic stereotype, national character, intercultural communication