

6. Sandrini P. Translation zwischen Kultur und Kommunikation: Der Sonderfall Recht: (Übersetzen von Rechtstexten. Fachkommunikation im Spannungsfeld zwischen Rechtsordnung und Sprache [ed. P. Sandrini]) / P. Sandrini. - Tübingen: Narr, 1999. – pp. 9 – 43.

7. Kjør A.L. Überlegungen zum Verhältnis von Sprache und Recht bei der Übersetzung von Rechtstexten der Europäischen Union: (Übersetzen von Rechtstexten: Fachkommunikation im Spannungsfeld zwischen Rechtsordnung und Sprache [ed. P. Sandrini]) / A. Kjør. - Tübingen: Narr, 1999. – pp. 63 – 79.

8. De Groot G.-R. Recht, Rechtssprache und Rechtssystem. Betrachtungen über die Problematik der Übersetzung juristischer Texte / G.-R. de Groot. - Bruxelles and Luxembourg: Commission des Communautés Européennes, 1992. – pp. 279 - 316. –(Office des publications officielles des Communautés européennes: Terminologie et traduction).

9. Crystal D. English in the New World / D. Crystal. - Babylonia, 2002. – № 1 – pp. 16 – 17.

10. Eurostat: the statistical organ of the European Union [Internet resource]. – Режим доступу: <http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/statistics/themes>.

11. Tony Blair's Speech to the European Parliament [Internet resource] / B. Tony. - 2005. - Режим доступу: <http://www.guardian.co.uk/politics/2005/jun/23/speeches.eu>.

УДК 811.11127(045)

Телень М.П.
(Минск, Беларусь)

РОЛЬ СТЕРЕОТИПОВ В МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ

Стаття присвячена розгляду місця і ролі стереотипів як конвенціональних способів поведінки в процесі міжкультурної комунікації. Здійснюється аналіз вербальної поведінки крізь призму мовних і комунікативних стереотипів як моделей культури.

Ключові слова: культура, стереотип, мовна поведінка, міжкультурна комунікація.

Статья посвящена рассмотрению места и роли стереотипов как конвенциональных способов поведения в процессе межкультурной коммуникации. Проводится анализ вербального поведения сквозь призму языковых и коммуникативных стереотипов как моделей культуры.

Ключевые слова: культура, стереотип, речевое поведение, межкультурная коммуникация.

The article deals with the role and place of stereotypes as conventional constituents of behavior in the process of intercultural communication. The speech behavior is analyzed in terms of language and communicative stereotypes viewed as models of culture.

Key words: culture, stereotype, speech behavior, intercultural communication.

Постоянно усиливающиеся и расширяющиеся процессы глобализации и интеграции в различных областях человеческой жизни, увеличение мобильности населения, снятие

барьеров и ограничений способствовали росту межкультурной коммуникации. Характерной особенностью коммуникации XXI века является определяющая роль межкультурного и социокультурного контекста.

Важность межкультурного общения в современном мире трудно переоценить. Гармоничная межкультурная коммуникация, адекватная интерпретация и понимание представителей других культур способны интегрировать социумы, сближать культуры, преодолевая предрассудки, негативные стереотипы, межэтнические конфликты, наблюдаемые еще со времен Вавилонского столпотворения. Диалог культур в XXI веке становится необходимостью, отвечающей глобальным потребностям человечества. Успешная коммуникация позволяет не только заключать взаимовыгодные контракты и выполнять совместные проекты, но и решать проблемы глобального масштаба – противостоять угрозе международного терроризма, обеспечивать сохранение природной среды обитания, преодолевать кризисные явления в сфере политики, экономики, образования.

Большинство исследований в области межкультурной коммуникации направлены на описание основных проблем и тем межкультурной коммуникации, развитие культурной восприимчивости, способности к правильной интерпретации конкретных проявлений коммуникативного поведения в различных культурах.

Цель настоящей статьи – рассмотреть место и роль стереотипов как конвенциональных способов поведения в процессе межкультурной коммуникации. Явление стереотипизации представляет интерес как с точки зрения содержания стереотипов, отражающих особенности осмысления определенных реалий языковым коллективом, так и с точки зрения выявления функций стереотипов в детерминации общения между социальными группами и индивидами (один из аспектов изучения неосознанных механизмов поведения).

Наиболее характерными чертами межкультурного взаимодействия являются принадлежность его участников к разным культурам и осознание ими культурных различий. Среди социопсихологов хорошо известна типологическая классификация этнокультур Г. Хофстеда, который считает, что этнокультуры различаются по четырем ценностным принципам: отношение к дистанции и власти (power and distance), стремление к определенности (uncertainty avoidance), приверженность к коллективизму или индивидуализму (collectivism and individualism), приверженность к мужественности или женственности (masculinity and femininity) [1]. Данные параметры широко используются при исследовании поведения представителей разных культур, но из всех параметров именно принцип коллективизма/индивидуализма является наиболее существенной характеристикой, дифференцирующей культуры. На основе этой характеристики психологи делят этносы на две категории: индивидуалистические культуры Запада и коллективистские культуры Востока. Наиболее характерным представителем, прототипом индивидуалистической культуры считается Северная Америка, культура Китая – прототипом коллективизма.

Системы культурных ценностей – сложных определенным образом сгруппированных принципов, определяющих отношения человека с природой, социумом, самим собой, – являются одним из наиболее существенных аспектов, по которому различаются культуры. Так в каждой культуре есть свои мифы и героические личности, формы коллективной общенародной фантазии, обобщенно отражающие действительность, представления о мире. Многие исследователи указывали, что одной из главных функций

мифа является структурирование принятой в обществе парадигмы культурного поведения. «Миф выступает как высшая форма системности, доступной обыденному знанию; обыденное сознание заимствует из мифа некоторые, пусть упрощенные и достаточно поверхностные, формы объяснения действительности, предписания к поведению» [2: 177-178]. Например, культурный миф «о возможности успеха» (the possibility of success myth) тесно связан с представлениями американцев о равенстве всех членов общества. Образ побеждающего супергероя (the triumphant individual myth) является прототипом современных Билла Гейтса, создателя компании Микрософт, Стива Джобса, основателя компании Эппл, и многих других успешных американцев.

Еще одним аспектом культуры, имеющим важное значение в межкультурной коммуникации, является организация социальных отношений. В западных культурах люди склонны воспринимать личность как автономное явление, в восточных – как явление, определяемое через отношения с другими людьми [3]. Западная концепция личности связывается с автономностью, независимостью, регулированием социального поведения в соответствии с личными интересами. В коллективистских культурах определение личности включает взаимоотношения в группе. Исследования психологов свидетельствуют, что при решении спорных вопросов в коллективистских культурах существенную роль играют интересы коллектива, сохранение групповой гармонии, атмосферы неконфликтности в противоположность индивидуалистическим культурам, отдающим предпочтение таким ценностям, как направленность на себя, личным интересам и достижениям.

Подобные различия могут иметь определенный эффект в ходе переговоров. Так американцы нередко проявляют эгоцентризм, считая, что при ведении переговоров каждая сторона руководствуется только своими интересами. Представители коллективистских культур обычно стараются традиционно создать соответствующую атмосферу на переговорах, установить взаимопонимание, когда все второстепенные вопросы решены и можно приступить к главным.

Не менее существенные трудности в межкультурной коммуникации могут представлять различия невербальных средств выражения, за счет которых, как свидетельствуют работы психологов, осуществляется от 60 до 80 % коммуникации [4]. К основным компонентам невербального поведения исследователи относят выражение лица, поведение глаз и взгляд, движения тела, внешность/одежду, характеристику голоса (тон, громкость, высота, интонация), проксемику (использование пространства), хронемнику (использование времени), тактильность (использование прикосновений), внешнее окружение (мебель, дизайн заполняемого коммуникантом пространства). Элементы невербального общения могут существенно отличаться в разных культурах и умение их адекватно интерпретировать является значимым для коммуникации.

Например, считается, что мимическое выражение таких эмоций как радость, удивление, заинтересованность являются универсальными, почти не различаются в культурах. Однако культурные различия есть и здесь. Хорошо известен американский культ широкой улыбки, которая имеет более широкий объем сфер применения в сравнении с ее русским аналогом. В американском языковом коллективе улыбка как средство выражения позитивных эмоций используется значительно чаще, в том числе и в необходимых ситуациях в публичной сфере. Она направлена на поддержание коммуникативной гармонии между коммуникантами, является средством расположения к себе партнера

и часто приобретает функции контактной ритуальной формулы. Мимика русских чаще отражает их личные переживания, они не склонны улыбаться столь часто. Представитель русской культуры в США может воспринять профессиональную улыбку официанта или торгового агента как знак личной благосклонности. В восточных культурах улыбка часто используется как средство «сохранить лицо», скрыть замешательство, страх в потенциально конфликтных ситуациях, что ошибочно интерпретируется представителями европейских культур как выражение согласия и удовольствия [5: 156].

В сфере проксемики между культурами также существуют определенные различия. У североамериканцев так называемое личное пространство, т.е. расстояние, которое индивид поддерживает между собой и другими людьми, несколько больше (от 3 ½ до 4 футов), чем у представителей большинства европейских культур, в том числе и русской культуры. Незнание границ зон коммуникации при межкультурном общении способно привести к конфликту,

поскольку представители разных культур испытывают дискомфорт при общении из-за незнания правил личной дистанции своего собеседника. Нарушение определенного объема пространства может рассматриваться как вторжение во внутренний мир, интимную зону, как недружественный поступок.

Не менее важным фактором в коммуникации является отношение ко времени, которое служит одним из признаков проявления культуры. Например, мировосприятие американцев отличает специфика монохронизма (т.е. временной концентрации), в то время как особенность русского мировоззрения состоит в полихронизме (т.е. временной децентрации) [6: 46]. В США вынуждение ожидания собеседником его партнера по коммуникации является грубым нарушением этикетных норм и может рассматриваться как неуважение и оскорбление. Считается также, что представители американской культуры сконцентрированы на том, чтобы сделать максимально много в течение ограниченного отрезка времени. Русская культура, напротив, относится к полихронной модели, где нет такого строгого расписания, индивид может заниматься несколькими делами сразу, допускаются отклонения от точного времени. Если в монохронной культуре время постоянно отслеживается, считается, что время – деньги, то в полихронной культуре такой необходимости нет, о точном времени часто не задумываются. Как следствие, одной из частых помех в межкультурной коммуникации является ситуация, когда один коммуникант оперирует монохронной моделью времени, а его собеседник руководствуется параметрами полихронной модели.

Таким образом, существует множество признаков, различающих этнокультуры. Стереотипы возникают тогда, когда какой-либо из многочисленных признаков приписывается целой группе или этносу, а также ассоциируется с положительным или отрицательным эмоциональным восприятием признака. В качестве объекта стереотипизации могут выступать любые характеристики этносов. При таком оценочном подходе к стереотипу не признаются исключения из общих правил или принципов. Идеологии часто строятся на подобном стереотипном мышлении [5: 169]. Как правило, в основе стереотипов имеется часть точного описания какой-либо характеристики. Однако проблема в том, что стереотипы препятствуют видению других, также важных аспектов явления или поведения, они ограничивают наше представление одной или двумя характеристиками, которые и рассматриваются как создающие полную картину. Любая стереотипизация является пре-

пятствием эффективной межкультурной коммуникации, так как не дает видеть реальные различия, существующие между коммуникантами. Особенно деструктивными являются негативные стереотипы.

Негативные стереотипы строятся на контрасте двух культур или групп по какому-либо признаку, что рассматривается как проблема для коммуникации. Далее, одной из групп, ее характеристике, дается позитивная оценка, а другой группе – отрицательная. Например, представитель американских деловых кругов может заявить, что проблема переговоров в том, что его российские партнеры по бизнесу не хотят или отказываются обсуждать заявленную тему так, как это традиционно принято в их сообществе. Простое описательное различие ведет к идее, что члены одной группы активно пытаются сделать переговорный процесс трудным. Подобный подход может провоцировать предрассудки, ложные образы этнических групп.

На наш взгляд, более целесообразным является другой подход к стереотипу (неоценочный), при котором стереотип рассматривается как конституирующий (конвенциональный) способ поведения.

Данный подход согласуется с понятием «фрейма» у Ч. Филлмора, подразумевающего особую унифицированную организацию знания, составляющую необходимое предварительное условие нашей способности к пониманию тесно связанных между собой слов [7: 54]. Некоторые фреймы являются врожденными, в том смысле, что естественно и неизбежно возникают в процессе когнитивного развития каждого человека. Другие фреймы усваиваются из опыта или обучения.

Ю.В.Прохоров связывает стереотипизацию общения с потребностью самосознания и самоидентификации представителей определенной этнокультуры, а также с реальной потребностью упорядочения, упрощения организации общения в стандартных для деятельности данного этноса условиях [8: 68].

Таким образом, стереотип проявляется как форма стереотипа поведения: он осознается как конвенциональный способ деятельности, как конститутивное правило, лежащее в основе деятельности этноса. По-мнению И.И.Токаревой, подобные стереотипы речевого поведения могут быть представлены системой уровней, соответствующих уровням понимания речи: от структурно-языкового до интенционально-смыслового и системой соответствующих единиц. Стереотипы речевого поведения языкового коллектива проявляют себя в сопоставлении со стереотипами другого языкового коллектива и могут оцениваться как этноспецифические на основе инвариантных коммуникативных интенций и соответствующих коммуникативных действий [9: 62].

В отличие от языковых, коммуникативные стереотипы отличаются интенциональностью, интерактивностью, включенностью в деятельностный контекст. При этом при инвариантной коммуникативной ситуации возможно совершение разных речевых действий. Подобные различия инспирируются регулятивной ролью этнокультуры [10: 18].

Рассмотрим ряд примеров коммуникативных действий с точки зрения соотношения в них языковых и коммуникативных стереотипов в американском и русском языковых коллективах.

Одним из наиболее распространенных интерактивных действий является приветствие. В американском языковом коллективе наиболее частотные формулы приветствия – социально-нейтральные стереотипы, строящиеся по модели разговорных формул с эл-

липтированной структурой: Hi! Hello! How are you? Данные реплики являются стереотипами вежливого общения, которые базируются на культурном представлении о ценности времени и невмешательстве в ход жизни других людей. Приверженность американцев к сокращенным именам даже при разном статусе коммуникантов при установлении контакта (e.g. Do call me Andy) также является стереотипом, который контрастирует с более официальным русским инициальным контактом (напр. Меня зовут Иван Петрович). Американский стереотип в сравнении с русскоязычным речевым действием сокращает коммуникативную дистанцию и создает эффект большей демократичности в общении.

Стереотипизированным является и преобладание в американском языковом коллективе индексальных (интроспективных) видов действий, т.е. действий, которые не являются чисто реактивными и могут быть вызваны внутренним состоянием субъекта: What a beach day! Another glorious day! В целом американцы склонны больше выражать такие положительные эмоции как счастье, удовольствие, радость. В то время как в русском языковом коллективе чаще выражаются социально зависимые эмоции и чувства (сочувствие, жалость, симпатия). Использование форм выражения сочувствия в американском языковом коллективе ограничено и не столь типично, как в русском общении. Оно способно имплицировать слабость, несостоятельность адресата, недооценку индивидуальных способностей личности. Неэквивалентность этих поступков в культурах соответствует их психологическим установкам на индивидуализм или коллективизм.

Комплимент(похвала) в американской коммуникативной традиции также имеет свои особенности. В комплиментах значительно более часто используются экспрессивные семантические формы, которые создают извне впечатление гипертрофированной благожелательности: Fantastic! Amazing! That was unbelievable. Excellent job! You're a star, man. A real one. Compliments, основанные на стереотипе гипертрофирования эмоций, имеют высокую частотность в различных сферах коммуникации, что способно создать у русскоязычных впечатление неискренности. Однако важно подчеркнуть, что данный модус поведения внутри своей культуры воспринимается как общепринятое, рациональное, уместное поведение, основанное на конвенциональности как этнокультурных норм, так и вербальных средств их выражения.

В убеждении, также одном из наиболее распространенных в культурах вербальном действии, проявляются этнокультурные стереотипы. Следует отметить, что при универсальном характере убеждающих методов, разработанных еще Аристотелем [11], стереотипы проявляют себя в тенденциях и предпочтениях той или иной специфике аргументации. Так в американской культуре отдается предпочтение убеждению через логико-причинные аргументы и аргументы, связанные с авторитетным мнением экспертов, собственным опытом. Для представителей русской культуры, где эмоциональные аргументы часто подчеркивают личную заинтересованность и значимость убеждающего действия, американское убеждение выглядит более как сообщение, а само поведение воспринимается как фактуально-приземленное и неискреннее. Для американцев, в свою очередь, русское более эмоциональное убеждение не воспринимается как эффективное. Наличие в речи аффекта и прямого давления может рассматриваться как конфронтация, бескомпромиссность и иметь негативный эффект.

Таким образом, традиционная оценочная трактовка стереотипа приводит к предубеждениям, конфликтам, ложным образам этносов. Интерпретация вербального по-

ведения через призму стереотипов как моделей культуры демонстрирует особенности коллективного мироотображения и позволяет углубить понимание коммуникативного поведения в целом, раскрыть всю сложность взаимодействия поведенческих стратегий. Межкультурная компетентия, знание этнокультурной специфики речевого поведения, проявляющейся в стереотипах речевого поведения, способны не только преодолевать у коммуникантов негативное восприятие «чужого» поведения, но могут служить фактором эффективного культурного взаимодействия в различных сферах.

ЛИТЕРАТУРА

1. Hofstede G. *Culture's Consequences* / G. Hofstede. – Newbury Park, CA: Sage, 1980. – 475 p.
2. Автономова Н.С. Рассудок. Разум. Рациональность / Н.С. Автономова. – М.: Наука, 1988. – 287 с.
3. Markus H. *Culture and the Self: Implications for Cognition, Emotion and Motivation* / H. Markus, S. Kitayama // *Psychological Review*. – 1991. – Vol. 98. – P.224-253.
4. Knapp M.L. *Nonverbal Communication in Human Interaction* / M.L. Knapp, J.Hall. – Belmont, CA: Wadsworth, 2002. – 403 p.
5. Scollon R. *Intercultural Communication* / R. Scollon, S.W. Scollon. – Oxford: Blackwell Publishers, 2001. – 316 p.
6. Грейдина Н.Л. Временной аспект бизнес-коммуникации как фактор межкультурного взаимопонимания / Н.Л. Грейдина // *Языковое разнообразие как фактор межкультурного взаимопонимания и демократической стабильности : материалы Междунар. науч. конф. 4-5 декабря 2001 г. : В 2 ч. / МГЛУ. – Мн., 2001. – Ч.1. – 197 с.*
7. Филлмор Ч. Фреймы и семантика понимания / Ч. Филлмор // *Новое в зарубежной лингвистике. – Вып. XXIII. – Когнитивные аспекты языка. – М.: Прогресс, 1988. – С.52-92.*
8. Прохоров Ю.В. Национальные социокультурные стереотипы речевого общения и их роль в обучении русскому языку иностранцев / Ю.В. Прохоров. – М.: Педагогика-Пресс, 1996. – 237 с.
9. Токарева И.И. *Этнолингвистика и этнография общения* / И.И. Токарева. – Мн.: МГЛУ, 2001. – 244с.
10. Тарасов Е.Ф. Национально-культурная специфика речевого и неречевого поведения / Е.Ф. Тарасов, Ю.А. Сорокин // *Национально-культурная специфика речевого поведения. – М.: Наука, 1977. – С.14-37.*
11. Aristotle. *The "Art" of Rhetoric* / Aristotle. – Cambridge, Mass.: Harvard Univ. Press, 1967. – 342 p.