

Жук А. В.,

Одесский национальный университет имени И.И. Мечникова, г. Одесса

## РОЛЬ СТЕРЕОТИПОВ В МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ

*В статье определяется термин “стереотип”, которое рассматривается в широком смысле как понятие, включающее в себя не только набор характеристик, свойственных определенной нации, но и все понятия, относящиеся к культуре, традициям, обычаям того или иного народа. Автор не только выявляет особенности отражения национальной культуры в стереотипах, но и подробно рассматривает особый тип стереотипов – лакуны.*

**Ключевые слова:** стереотип, лакуна, межкультурная коммуникация, сочетаемость, культурный шок, социология культуры.

*У статті визначається термін “стереотип”, яке розглядається в широкому сенсі як поняття, що включає в себе не тільки набір характеристик, властивих певній нації, але і всі поняття, що відносяться до культури, традицій, звичаїв того чи іншого народу. Автор не тільки виявляє особливості відображення національної культури в стереотипах, але й докладно розглядає особливий тип стереотипів – лакуни.*

**Ключові слова:** стереотип, лакуна, міжкультурна комунікація, сполучуваність, культурний шок, соціологія культури.

*The article deals with such a term as “stereotype” which is revealed in a broad sense not only as a concept with a set of characteristics inherent to a certain nation but also all the concepts related to culture, traditions and customs of a nation. The author both determines some peculiarities of a national culture reflected in stereotypes and defines such a special kind of stereotypes as gaps.*

**Key words:** stereotype, gap, intercultural communication, compatibility, cultural shock, sociology of culture.

Актуальность данной темы вызвана интересом исследователей к вопросам взаимодействия языка, культуры, психологии народа. Феномен и понятие “стереотип” привлекает большое внимание исследователей; такие ученые, как У. Липпман, И.С. Кон, Ю.А. Сорокин, И.Ю. Марковина, А.В. Павловская занимаются изучением данной проблемы [7; 11; 12; 19]. Новизна исследования заключается в том, что феномен стереотипа будет рассматриваться в широком понимании – как понятие, включающее в себя представления одной нации о культуре другой нации в целом. Цель работы – исследовать взаимодействие понятий стереотип и национальный характер, выявить особенности отражения национальной культуры в стереотипах.

На протяжении 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, но нет единого мнения среди исследователей относительно правомерности использования самого слова “стереотип”. Сам термин “стереотип” (греч. stereos – твердый, typos – отпечаток) был введен в научный оборот американским социологом У. Липпманом, который под ним понимал особую форму восприятия окружающего мира, оказывающую определенное влияние на данные наших чувств до того, как эти данные дойдут до нашего сознания [19, с. 95]. Другой исследователь, социолог Р.Бинкли называл стереотип величайшим всеобщим знаменателем. По его мнению, наличие стереотипов позволяет обывателю адекватно оценивать политическую ситуацию, слишком сложную для его анализа и слишком удаленную от сферы его деятельности [15, с. 393]. Американские ученые Д. Кац и К. Брейли говорили о стереотипе как об устойчивом представлении, мало согласующееся с теми реалиями, которое оно стремится представить, и вытекающее из присущего человеку свойства сначала определить явление, а потом уже его пронаблюдать [18, с. 288].

В конце 40х, было проведено широкомасштабное исследование с целью выявления того как представители одной страны воспринимают народы других стран; какие факторы определяют их восприятие. Разница между положительными и отрицательными ответами определила так называемый “знаменатель дружелюбности” [18, с. 96].

Остановимся на таком виде стереотипов, как лакуны. Главной особенностью лакун является то, что они возникают в процессе общения, в ситуации контакта двух культур, обменивающихся текстами. Лакуны делятся на четыре группы: 1) субъектные лакуны, отражающие национально-культурные особенности коммуникантов к различным лингвокультурным общностям; 2) деятельно-коммуникативные лакуны, отражающие национально-культурную специфику различных видов деятельности в их коммуникативном аспекте; 3) лакуны культурного пространства (ландшафта), если рассматривать процесс общения в широком смысле, или лакуны культурного интерьера, если рассматривать тот или иной конкретный коммуникативный акт; 4) текстовые лакуны, возникающие в силу специфики текста как инструмента общения; специфику текста могут составлять содержание, форма воспроизведения материала, поэтика автора [9].

Первую группу лакун классифицируют как субъектные или национально-психологические лакуны. Они возникают в результате несовпадения национально-психологических типов участников коммуникации и бывают нескольких видов. Характерологические лакуны бывают трех видов [13]: 1) лакуны, отражающие традиционное и в определенной мере стереотипное восприятие национального характера другого народа; 2) лакуны, отражающие несовпадения в том, как проявляются у разных народов аналогичные качества; 3) саморефлективные лакуны, отражающие то, как носители той или иной культуры понимают свой национальный характер. Существование “характерологических” лакун обусловлено специфическими особенностями

ностями національного характера носителей различных локальных культур [4]. В результате межкультурного общения в одних культурах складываются определенные стереотипы в отношении других культур, в частности такие, которые фиксируют наиболее характерную для той или иной нации черту, слабее выраженную у других народов [3]. Принято считать, что главное в английском национальном характере – уравновешенность, во французском – страстность, в американском – прагматичность, в немецком – пунктуальность [7, с. 125]. Пунктуальность можно рассматривать как относительную характерологическую лауну для испанцев и латиноамериканцев в сравнении с носителями немецкой и голландской культур: пунктуальность высоко ценится у немцев и голландцев, но мало что значит для испанцев и еще меньше для латиноамериканцев [7, с. 126]. Все характерологические лауны относительны, в национальных вариантах характера эти общечеловеческие признаки занимают разные места в системе ценностей соответствующей культуры, различаясь по степени распространенности. Подтверждает это положение анализ такого присущего всем народам признака национального характера, как трудолюбие: можно увидеть разницу между трудолюбием американцев и трудолюбием немцев. Трудолюбие немца – это основательность, точность, добросовестность, дисциплинированность, предусмотрительность, но без размаха и риска [10]. Трудолюбие американца – это размах, энергичная напористость, неиссякаемый деловой азарт, инициативность [16, с. 97]. Таким образом, для американцев содержание такого признака, как трудолюбие, во многом не совпадает с тем, как понимают его немцы: явно выраженные организаторские данные, способность мгновенно ориентироваться в ситуации, характерные для американцев, являются лаунизированными для немцев, уравнивающих между собой понятия трудолюбия и дисциплины. “Саморефлексивные” характерологические лауны, отражают понимание и представление о себе носителей тех или иных культур. Иностранцу, например, трудно уловить смысл финского “сису”, определяющего основу финского национального характера. Словарь определяет это понятие как “запас жизненных сил, выносливость, выдержка, терпение, сила воли, мужество, смелость, смекалка” [8, с. 140]. В жизни “сису” проявляется, по словам самих финнов, как решимость перед лицом трудностей; финн обращается к “сису” как к резервару энергии, когда все другие ресурсы уже исчерпаны.

Среди национально-психологических лаун следует выделить и такие, которые связаны с национальными особенностями “склада ума” носителей различных культур, “силлогистические” лауны. Исследователи отмечают более или менее значительные расхождения в этой области национальной психологии [2, с. 83-85]: немецкому мышлению присущи философская широта и глубина абстрагирования, мышлению англичан – стремление не прибегать к абстракциям [6]; французам свойственна живость воображения, идеи для них предпочтительнее фактов; напротив, англичан отличает сдержанность воображения, они ориентируются на факты, числа, а не теории.

Национально-специфические особенности мышления представителей различных культур могут стать причиной возникновения “ментальных лаун”, которые относятся ко второй группе – к деятельно-коммуникативным лаунам. Существование ментальных лаун выявляется при решении реципиентом мыслительных задач, характерных для чужой лингвокультурной общности [5]. Такого рода лауны возникают в тех случаях, когда носителям некоторой культуры предлагается отгадать загадку в переводе с другого языка. В этом случае реципиенты неспособны дать правильный ответ на загадку, отражающую специфику чужой культуры. В данном случае наличие лаун нарушает процесс межкультурного общения. Для того чтобы это своеобразное межкультурное общение состоялось, необходимо не только перевести тексты с одного языка на другой, но и построить их в привычной для носителя ПЯ (переводящего языка) форме, в соответствии с особенностями склада его ума, ввести традиционные для ПЯ культурно-этнографические образы и символы. В понятие “поведение” (носителей некоторой культуры) включается большое количество аспектов: кинесика (мимика, жесты), характерная для данной культуры; бытовое (повседневное) поведение, обусловленное традициями, обычаями, укладом жизни, принятыми в данной культуре, а также этикет общения, фрагментом которого является кинесика (кинесические лауны), и повседневное поведение (рутинные лауны) [9]. Кинесические лауны сигнализируют о специфике жестового и мимического кодов различных культур. Хорошим примером является конфликтный характер русских и болгарских жестов, обозначающих согласие и несогласие (“да” и “нет”). Кинесические лауны могут быть абсолютными и относительными: в русской культуре, например, отсутствует такой жест, как стук костяшками пальцев по столу в знак одобрения, уважения, распространенный в немецкой культуре [10, с. 268]; таким образом, для носителей русского языка этот жест является абсолютной лауной; жест-рукопожатие в знак приветствия известен и в русской, и в английской культурах, но в русской культуру он используется гораздо чаще, чем в английской, являясь относительной лауной для англичан [4, с. 157].

Лаунизированный характер может иметь соотношение вербальных и невербальных средств в мужском и женском вариантах этикета общения, по сути являющихся стереотипами поведения, характерными для того или иного общества [13]. Мужской тип коммуникации – это менее гибкая, но более динамичная и менее ориентированная на собеседника коммуникация. Наиболее распространенный жанр коммуникации у мужчин – беседа-информация, а у женщин – частная беседа. Женский тип коммуникации более ориентирован на собеседника, на диалог, на подчиненную роль в общении, где мужчина выбирает и меняет тему разговора. С одной стороны, общество выработало такие стереотипы поведения, согласно которым женщина играет подчиненную роль при мужчине, она должна быть хорошей хозяйкой, способной выполнять любую работу, должна быть доброй, терпеливой, послушной, нежной, верной, красивой. Отсутствие мужа в этой модели рассматривается как отход от нормы, а уход от мужа – как бунт. Язык зафиксировал патриархальную установку: в нем прочно закрепились стереотипы, согласно которым женщине присуще многие пороки, поэтому сравнение с ней мужчины – всегда несет негативную окраску: болтлив, любопытен, кокетлив, самовлюблен, капризен,

истеричен как женщина, женская логика; женщину же сравнение с мужчиной только украшает: мужской ум, мужская хватка, мужской характер [12, с. 126].

В подгруппу кинесических лакун входят мимические лакуны, возникающие при несовпадении мимических кодов, существующих в тех или иных культурах. Одним из мимических знаков является улыбка. В различных культурах улыбки могут, в зависимости от существующих этикетных норм, иметь различную иконографию и значения. Одна из странных особенностей представителей русской культуры в глазах Запада – это мрачность, неприветливость, отсутствие улыбки. Русские же люди, попав в англоязычный мир, недоумевают по поводу улыбок. В представлении русских людей улыбка является неотъемлемой частью западной культуры, неразрывно связанной с нормами поведения. В западном мире улыбка – это не только биологическая реакция на положительные эмоции, это знак культуры (культуры в этнографическом смысле слова), это традиция, обычай [14, с. 75]. В культуре Америки улыбка является также и социальным признаком преуспевания. Keer smiling – девиз американского образа жизни: “что бы ни случилось – улыбайся”. Напускной оптимизм в любой ситуации – вот черта американского национального характера, которая официально одобрена и внедряется всеми средствами, в том числе и языковыми [4].

Особую группу поведенческих лакун составляют “бытовые” (“рутинные”) лакуны, указывающие на традиционный уклад жизни, привычки, особенности быта. У англичан принято пить чай в пять часов вечера, но у других европейских народов такого обычая нет. Многие европейцы удивляются тому, что русские умываются, используя текущую струю воды, тогда как сами они для умывания набирают воду в раковину. Рассмотрим такой стереотип поведения как small talk. Словари определяют его как “пустой, бессодержательный, светский разговор” [1]; “болтовня, легкая светская беседа”; “легкая беседа на незначительные или несерьезные темы” [20, с. 1275]; “беседа на бытовые и незначительные светские темы” [17]. Умение выбрать правильную тему для разговора очень важно при общении с представителями другой языковой и культурной общности. “Безопасные” темы разговоров, которые считаются подходящими для общения с незнакомыми людьми в разных странах различны. Рекомендуемыми темами для small talk в англоязычных странах являются следующие темы: путешествия, погода, работа (но не зарплата и другие подобные вопросы, касающиеся денег), происхождение, хобби, увлечения, а также новости, но не касающиеся политики. Что касается тем, которых в беседе следует избегать, американцы утверждают, что опасно говорить о двух вещах: о политике и о религии. В Англии к подобным вопросам относятся также следующие темы: королевская семья, расовые отношения, зарплата/доходы, здоровье, домашние питомцы и Северная Ирландия [6]. В России же многие из этих тем являются наиболее популярными среди образованных людей, когда они собираются вместе по какому-либо поводу.

Итак, существование различных видов этикетных норм и, как следствие этого, неприятие или неодобрение стереотипов поведения, характерных для представителей другой культуры, может создать трудности в общении. В результате, между коммуникантами может возникнуть непонимание (например, при неверной, противоположной интерпретации жестов чужой культуры, не имеющих эквивалентов в родной для реципиента культуре) или у одного из собеседников может сложиться неблагоприятное впечатление о другом (в японской культуре считается недопустимым сидеть, скрестив ноги или вытянув их; а для англичан эта поза – поведенческая норма); общающиеся могут оказаться в состоянии “культурного шока” [4, с. 156-158].

Итак, проведенное нами исследование позволило сделать следующие выводы: 1) основной чертой стереотипов является их детерминированность культурой – представления человека о мире формируются под влиянием культурного окружения, в котором он живет; 2) стереотипы разделяет большинство людей, но они могут меняться в зависимости от исторической, международной, а также внутривнутриполитической ситуации в стране; 3) 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; 4) в процессе восприятия стереотипов культуры другого народа формируется определенное к ним отношение, чаще всего они воспринимаются как нечто чужое; так возникает конфликт культур – результат несовпадений принятого в своей и чужой для реципиента культуре; 5) столкновение стереотипов, характерных для разных культур, может создать трудности в общении, стать причиной “культурного шока” и, таким образом, привести к непониманию культуры другого народа.

#### Литература:

1. Ахманова О. С. Словарь лингвистических терминов / О. С. Ахманова. – М. : Советская Энциклопедия, 1969. – 608 с.
2. Бромлей Ю. В. Этнос и этнография. / Ю. В. Бромлей. – М., 1973. – 284 с. – С. 85.
3. Вежбицкая А. Сопоставление культур через посредство лексики и прагматики / А. Вежбицкая. – М., 2001. – 272 с.
4. Верещагин Е. М., Костомаров В. Г. Язык и культура / Е. М. Верещагин, В. Г. Костомаров – М. : Индрик, 2005. – 1308 с.
5. Вунд В. Проблемы психологии народов / Вильгельм Вунд. – М. : Академический проект, 2010. – 136 с.
6. Ерофеев Н. А. Туманный Альбион: Англия и англичане глазами русских, 1825-1853 гг. / Н. А. Ерофеев. – М., 1982. 7. – 322 с.
8. Кон И. С. К проблеме национального характера / И. С. Кон. – М., 2001 – 167 с.
9. Кучкина О. Зеленый цвет – цвет надежды / О. Кучкина // Сб. Москва – Хельсинки [Сост. Л. В. Карелин]. – М., 1984. – С. 200-202.
10. Леонтьев А. А., Тарасов Е. Ф. Национально-культурная специфика речевого поведения / А. А. Леонтьев, Е. Ф. Тарасов. – М. : Наука, 2007. – 352 с.

11. Мальцева Д. Г. Германия: страна и язык. Лингвострановедческий словарь / Д. Г. Мальцева. – М. : Астрель, 2001. – 416 с.
12. Павловская А. В. Этнические стереотипы в свете межкультурной коммуникации / А. В. Павловская // Вестник МГУ. Сер. 19. Лингвистика и межкультурная коммуникация. – №1. – 1998. – С. 94-104.
13. Сорокин Ю. А., Марковина И. Ю. Этнопсихоллингвистика / Ю. А. Сорокин, И. Ю. Марковина. – М., 1988. – 192 с.
14. Тер-Минасова С. Г. Язык и межкультурная коммуникация: [Учеб. пособие] / С. Г. Тер-Минасова. – М. : Слово, 2000. – 624 с.
15. Филиппова М. М. Парадоксы и стереотипы межкультурного общения представителей русской и британской культур / М. М. Филиппова // Вестник МГУ. Сер. 9. Филология. – №3. – 2002. – С. 64-82.
16. Binkley R. C. The Common Concept of Public Opinion in the Social Sciences / Robert C. Binkley // Social Forces. – Vol.6. – 1928. – 405 p.
17. Buchanan W., Cantril H. How Nations See Each Other / W. Buchanan W., H. Cantril. – Urbana, 1953. – 205 p.
18. Hornby A. S. Oxford Advanced Dictionary of Current English / A.S. Hornby. – Oxford University Press, 2005. – 1905 p.
19. Katz D., Braly K. Racial Stereotypes in One Hundred College Students / D. Katz, K. Braly // Journal of Abnormal and Social Psychology. – Vol. 28. – 1933. – 305 p.
20. Lippman W. Public Opinion / W. Lippman. – New York, 1950. – 156 p.
21. The Longman Dictionary of English Language and Culture. – Addison Wesley Longman, 2008. – 1620 p.