

Чеснокова Леся Владимировна,
аспирант кафедры философии ФГБОУ ВПО «Омский государственный
педагогический университет», г. Омск
L.Tchesnokova@mail.ru



Стереотипы в межкультурной коммуникации

Аннотация. В статье рассматривается роль стереотипов в межкультурной коммуникации. Отмечается, что они являются естественным психологическим механизмом, позволяющим редуцировать сложность окружающего мира, укладывать беспорядочный поток впечатлений в привычные схемы и стандарты. К негативным характеристикам стереотипов следует отнести тот факт, что они излишне обобщают и упрощают черты представителей других культур, игнорируя их индивидуальные особенности.

Ключевые слова: культура, стереотипы, межкультурная коммуникация, предрасудки, образ Другого.

Раздел: (03) философия; социология; политология; правоведение; науковедение.

В нашей повседневной действительности мы постоянно сталкиваемся с заранее заданными представлениями о представителях других культур и национальностей, хотя часто даже не осознаем этого. Наше отношение к их индивидуальным и коллективным особенностям детерминировано подобными суждениями, приписывающими целой социальной группе определенные свойства характера или манеру поведения. Эти заранее заданные представления принято называть стереотипами.

«Этнический стереотип (от др.-греч. stereos – “твердый” + typos – “отпечаток”, “образ”) – упрощенный, схематизированный, эмоционально окрашенный и весьма устойчивый образ какой-либо этнической группы, легко распространяемый на всех ее представителей» [1]. Слово «стереотип», так же как и «клише», происходит из терминологии техники книгопечатания, которая ранее основывалась на том, что с помощью составленных на печатной пластине (стереотипе) в определенной последовательности букв и строчек можно было сделать множество одинаковых оттисков одного и того же текста.

Механизмы стереотипизации изучаются в разных науках: лингвистике, социологии, психологии, культурологии. Различают два вида этнических стереотипов: автостереотипы – представления о своей этнической общности – и гетеростереотипы – представления о других народах. Гетеростереотипы формируются как в результате личных встреч с представителями других культур, так и под влиянием литературы, кино, рекламы, средств массовой информации.

Восприятие чужой культуры бывает разных уровней сложности: от профессиональных этнографических, страноведческих и социологических трудов о других культурах до крайне примитивизированных, нередко идеологически негативно окрашенных произведений массовой культуры. Средства массовой информации зачастую тиражируют имеющиеся стереотипы, транслируя готовые упрощенные схемы и шаблоны, которые преувеличивают черты сходства и игнорируют различия представителей других культур.

Благодаря распространенности подобных источников при встрече с иностранцами человек обладает набором уже имеющихся стереотипов. Нет людей, полностью свободных от таких клише, можно говорить лишь о разной степени стереотипизации сознания, которая зависит как от индивидуальных особенностей психики коммуникантов (степени терпимости, доброжелательности и т. п.), так и от наличия опыта межкультурной коммуникации.

Немецкая точность, английская вежливость, французская галантность, итальянская темпераментность, финская медлительность, русский «авось» – все это стереотипные представления о нациях, распространяющиеся на всех ее представителей. Формирование стереотипов связано с историей межнационального и межкультурного взаимодействия разных народов.

Стереотипы играют большую роль в восприятии, осмыслении и оценке окружающей реальности, прогнозировании событий и реакции на них. Наличие стереотипов, как правило, не рефлегируется сознанием: они воспринимаются как нечто объективное и редко подвергаются переосмыслению. «Такие “законсервированные” оценки принимаются и используются в повседневном речевом общении, даже при полном отсутствии конкретного личного опыта с представителями упомянутой национальности» [2].

Стереотипы являются не только индивидуальным психологическим, но и социальным феноменом. В процессе социализации ребенок неосознанно перенимает бытующие в обществе представления относительно других групп населения. Впоследствии человек, как правило, неосознанно использует их и передает следующим поколениям. Укоренившиеся стереотипы существуют длительное время и меняются лишь под воздействием значительных перемен общественного мнения.

В обыденном понимании слова «стереотип», «стереотипный» имеют негативную окраску, так как ассоциируются с чем-то шаблонным и неоригинальным. Однако в межкультурной коммуникации отношение к ним не столь однозначное, так как стереотипные представления о национальных характерах в той или иной степени присутствуют в сознании каждого человека.

Встречаясь с представителями других культур, человек проявляет естественную склонность воспринимать их поведение с позиции своей собственной. Никто не способен составить себе совершенно объективное представление об определенной группе лиц или постоянно воспринимать огромное количество аспектов окружающего мира во всех подробностях. В этом отношении склонность подводить под уже имеющиеся категории неизвестные и сложные явления действительности является естественным свойством человеческой природы.

Стереотипы существовали во всех исторических эпохах. Их содержание менялось в зависимости от экономических, политических и социально-культурных условий. Как отмечает А. П. Садохин, в процессе интерпретации поведения представителей другой культуры «содержание казуальной атрибуции во многом определяется стереотипными представлениями каждой из сторон о другой – это представления об образе жизни, обычаях, нравах, привычках, т. е. о системе этнокультурных свойств того или иного народа. Основу таких представлений составляют упрощенные ментальные репрезентации различных категорий людей, преувеличивающих сходные качества между ними и игнорирующие различия» [3].

Невозможно быть полностью избавленным от национальных стереотипов. Психологические исследования показывают, что даже частые контакты с другими народами могут лишь увеличивать имеющиеся стереотипы. Причина заключается в том, что люди склонны к тому, чтобы при наблюдении за другими людьми обращать внимание на те особенности поведения, которые подтверждают уже имеющиеся представления. «Если при общении с представителями другой культуры наблюдается некая особенность, которая подтверждает ранее имеющиеся представления, то они еще сильнее закрепляются согласно девизу “я сам это видел”» [4]. Стереотипы являются естественной реакцией человеческой психики, облегчая интерпретацию информационных потоков.

Основная причина возникновения национальных стереотипов – это человеческая склонность делить людей на «своих» и «чужих». Восприятие иных, непривычных форм

поведения является неотъемлемой частью межкультурной коммуникации. «Образы Чужого неразрывно связаны с образами себя, с личными или коллективными представлениями о самих себе. Представления о Чужом расположены между двумя полюсами враждебности и очарованности. Образы Чужого – это социальные конструкты» [5].

Негативное восприятие иных культур как минимум до конца Второй мировой войны определяло картину мира, в которой существовало четкое противопоставление своего и чужого. Другое, чуждое, непривычное, не укладывающееся в стандарты собственной культуры, часто воспринималось как угроза.

Функции стереотипов

Информирование. Стереотипы в той или иной степени содержат в себе объективную информацию об окружающем мире (хотя и являются результатом избыточного обобщения действительных черт или качеств представителей других культур).

Благодаря им мы имеем некоторое представление о тех людях, с которыми никогда не сталкивались в реальной жизни и об особенностях которых знаем лишь понаслышке. Так, всем доводилось слышать, что французы галантные, немцы пунктуальные, а итальянцы шумные и темпераментные.

Категоризация. Стереотипы помогают нам разбить поступающий поток информации на определенные категории. Возникновение стереотипов тесно связано с особенностями человеческого восприятия, с общими стратегиями формирования ментальных образов. Многообразие мира воспринимается нами только благодаря тому, что мы категоризируем объекты. Например, мы делим людей на белых и черных, больших и маленьких, толстых и худых. Стереотипный образ мышления служит тому, чтобы переработать сложную реальность.

Ориентация в окружающем мире. Стереотипы позволяют нам ориентироваться в окружающем мире. Они когнитивно необходимы и служат индивидуальному и социальному ориентированию в огромном массиве информации, помогая обрабатывать, структурировать, уложить ее в готовые схемы. Если вновь поступающая информация соответствует уже имеющимся формам, она обрабатывается, если нет – возникает когнитивный диссонанс.

С помощью стереотипизации удастся создать «упрощенную матрицу окружающего мира, в ячейки которой, опираясь на стереотипы, “расставляются” определенные социальные группы» [6]. В результате на основе стереотипных признаков люди распределяются по группам, всем членам которых приписывается стандартное, общее для всех мышление и поведение.

Редукция сложности. С психологической точки зрения механизм возникновения стереотипов можно объяснить принципом «экономии усилий», свойственным повседневному человеческому мышлению. Данный принцип означает, что люди не стремятся реагировать на окружающие их явления каждый раз по-новому, а подводят их под имеющиеся категории» [7]. Постоянно меняющийся мир перегружает психику человека новой информацией и заставляет его классифицировать ее в наиболее удобные и привычные модели, наводя в мире «порядок». Это ведет к селективному восприятию получаемых впечатлений.

В современной теории когнитивизма принято полагать, что «стереотипы образуют важную составную часть когнитивного аппарата для обработки сложной социальной информации. Согласно этой теории, стереотип – это ментальная схема» [8]. Система стереотипов – это упорядоченная, более или менее постоянная картина мира, в котором люди и вещи имеют свое хорошо известное место и ведут себя предсказуемо, так, как от них ожидается.

Идентификация со своей группой. Стереотипы создают чувство групповой принадлежности и ограничивают свою группу от негативно воспринимаемых чуждых групп (функция отграничения). Они основаны на свойстве человека делить окружающий мир на «своих» и «чужих». Как правило, «свои» воспринимаются более положительно, чем «чужие», и более дифференцированно, «чужие» же – более однообразно. Подобный феномен является результатом этноцентризма – стремления судить о людях, исходя из норм своей культуры.

Представители собственной культуры – это группа людей, которая схожа в определенных аспектах своего мышления, чувств и поступков. Осознание принадлежности к данной группе одновременно означает отграничение от других групп.

При столкновении с другой культурой обычно пытаются, «исходя из собственной культуры и привычного культурного вокабуляра, выяснить, присутствует ли в чужой культуре “Свое” и с какими альтернативными вариациями или эквивалентами там стоит считаться. При этом нередко свою сомнительную роль играют проекции» [9]. В итоге в чужой культуре находят привычные образцы поведения, но результаты находок часто оцениваются как недостаточные или неполноценные. При этом решающую роль играют собственные масштабы и перспективы. Типичным примером может послужить «универсальная» логика развития человечества, образцом для которого выступает западная цивилизация.

При столкновении с чужой культурой немалую роль играет ностроцентризм, когда собственная точка зрения и собственный опыт обобщаются и абсолютизируются. Это, как правило, происходит неосознанно.

Защита ценностей своей группы. Стереотипы служат образованию положительного имиджа и идентификационных образов собственной культуры. В результате стереотипизации происходит оценочное сравнение чужой и своей культур, и тем самым производится попытка защитить ценности и традиции своей группы. В связи с этим стереотипы являются «защитным механизмом, служащим для сохранения позитивной идентичности собственной культурной группы. Такое разграничение связано с понятием ингруппового фаворитизма, подразумевающего формирование более позитивного образа собственной культуры по сравнению с другими» [10]. Негативные стереотипы приписываются «чужим» для того, чтобы сохранить по контрасту положительные представления о самих себе.

В процессе социализации человек неосознанно перенимает господствующие в обществе стереотипы. Как отмечает Р. Хорт, наше восприятие окружающего мира пристрастно. «Многочисленные факторы, такие как интересы, опыт, потребности, мотивы и т. д., определяют селективное восприятие, оценку и интерпретацию воспринимаемого. В зависимости от того, какая оценка доминирует в обществе в настоящий момент, будет сформирована индивидуальная субъективная оценка в соответствии с общественно заданными субъективными категориями» [11].

Очевидно, что стереотипы и предрассудки потому так распространены и не подвержены изменениям, что они содержат в себе целый ряд положительных эффектов для собственной самоидентификации: они упрощают ориентацию в сложном социальном мире, защищают нормы и ценности своей культуры, создают чувство социальной и культурной принадлежности, а также легитимируют неприязненное отношение к представителям других групп.

Ослабление культурного шока. Стереотип означает упрощение сложных социальных реалий до уровня обыденного сознания. Стереотипы упрощают и дифференцируют окружающий мир, помогая человеческому сознанию «навести в нем порядок». По

словам С. Г. Тер-Минасовой, «при всем своем схематизме и обобщенности стереотипные представления о других народах и других культурах подготавливают к столкновению с чужой культурой, снижают культурный шок» [12]. Тем самым, несмотря на присущие им недостатки, стереотипы позволяют человеку составить представление о мире в целом, выйти за рамки своего узкого социокультурного окружения.

Свойства стереотипов

Упрощенность. Чем лучше человек знаком с кем-либо, тем, как правило, более дифференцирован у него его образ. Так, наиболее дифференцированными являются в нашем сознании образы родственников и близких друзей. Но, несмотря на это, образы других людей никогда полностью не соответствуют действительности. Поэтому легко себе представить, насколько примитивнее и схематичнее наши представления о людях, живущих в совершенно иных географических, экономических и культурных условиях. Поэтому неудивительно, что при общении представителей сильно отличающихся друг от друга культур с радикально противоположными нормами и ценностями часто возникает непонимание партнера по диалогу.

Оценочность. Стереотипы часто эмоционально окрашены симпатиями и антипатиями. Одни и те же черты, в зависимости от того, принадлежат ли они своей или чужой группе, вызывают разную оценку. То, что у представителей собственной культуры оценивается как экономность, у иностранцев воспринимается как скупость, а собственная серьезность может быть интерпретирована у других как отсутствие чувства юмора.

На другом конце шкалы образов восприятия Чужого находится восхищение другими культурами, которые иногда воспринимаются как противоположность недостаткам собственной культуры и общества. Чужое в данном случае воспринимается как нечто привлекательное, противоположное привычкам и рутине, дающее обогащение своего опыта. Этот стереотип предлагает приукрашенные представления о других странах, отличающиеся от повседневной жизни.

Ригидность. Примечательно, что даже опыт непосредственного общения с представителями других культур редко приводит к корректировке стереотипов. В этом случае существующий стереотип продолжает считаться нормой, а наш личный опыт попадает в категорию исключений, которые только подтверждают правило.

Получая информацию из окружающего мира и преломляя ее через призму своего восприятия, люди склонны в большей степени доверять тем фактам, которые подтверждают привычные, устоявшиеся мнения. «Игнорирование или умаление значимости тех сведений, которые противоречат взглядам личности или не укладываются в рамки ее взглядов и представлений, является своего рода самообманом, средством самозащиты от всего нового и непонятного» [13].

По этой причине уже сформированные стереотипы с трудом поддаются модификации. Многие стереотипные представления о других народах берут начало еще в XVIII–XIX вв. и исчезают или трансформируются очень медленно и с большим трудом.

Таким образом, роль стереотипов не поддается однозначной оценке. С одной стороны, они являются нормальным и необходимым результатом работы человеческой психики, позволяющим упорядочить незнакомый и непредсказуемый окружающий мир. Стереотипизация когнитивно, а потому антропологически необходима, так как благодаря формированию обобщенных образов человеку легче ориентироваться.

С другой стороны, они могут стать помехой в межкультурных контактах, когда их избыточная обобщенность и недифференцированность не принимаются во внимание. В стереотипах отражается слишком упрощенный взгляд на представителей других культур, преувеличивающий черты сходства между ними и игнорирующие различия.

За стереотипами часто не удается выявить индивидуальные особенности людей, так как предполагается, что все члены группы обладают одинаковыми чертами. Стереотипизация предлагает слишком статичный взгляд на общество и человека, транслируя ошибочные и устаревшие представления и давая тем самым искаженные представления о другой культуре.

Однако следует различать стереотипы и предрассудки. Если стереотипы могут содержать в себе и позитивную оценку другой культуры, то предрассудки оценивают имеющиеся межгрупповые различия более негативно и порой враждебно. Сюда относятся расизм и ксенофобия. В случае предрассудков речь идет об определенном классе глубоко укорененных социальных установок, которые базируются на минимуме личного опыта, но «склонны к очень негативным оценкам и едва ли могут меняться под воздействием дополнительной информации» [14].

В отличие от стереотипов предрассудки не просто упрощают факты, а придают им отчетливо негативную эмоциональную оценку. В качестве наиболее известных примеров можно привести отношение к чернокожему населению США до середины XX в. или антисемитизм в Третьем рейхе.

Как отмечает Р. Хорт, «роль стереотипов и предрассудков возрастает во времена войн, общественных и экономических кризисов» [15]. В это время может усиливаться количество злоупотреблений в отношении определенных социальных групп, которое легитимируется с помощью негативных стереотипов и предрассудков. Это может привести к сегрегации, дискриминации, шовинизму, тем более что, исходя из социального контекста, негативные представления могут быть сконструированы и актуализированы искусственно, чтобы призвать к мобилизации одной группы против другой. Следует помнить, что за внешне безобидными стереотипами и тем более предрассудками может скрываться значительный конфликтный потенциал.

Таким образом, при общении с представителями других культур следует учитывать наличие как у них, так и у себя определенных клише и при необходимости корректировать ошибочные или устаревшие представления. «Осознание стереотипности собственного мышления, понимание того, что стереотипы могут искажать реальность, придавая индивидуальной личности черты, приписываемые целой группе людей (например, нации), помогает адекватно реагировать в ситуации межкультурного общения и дает возможность взглянуть на нее глазами партнера» [16]. В области восприятия чужого степень стереотипизации зависит от объема знаний о другой культуре.

В последние десятилетия с ростом глобализации происходит увеличение межкультурных контактов между людьми – благодаря туризму, школьным и студенческим обменов, экономическим, политическим и культурным связям. Поэтому появляется возможность получать более объективную, дифференцированную информацию о других культурах, несводимую лишь к стереотипным представлениям.

Ссылки на источники

1. Тен Ю. П. Культурология и межкультурная коммуникация. – Ростов н/Д: Феникс, 2007. – С. 93.
2. Рот Ю. Межкультурная коммуникация: учеб.-метод. пособие. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2006. – С. 105.
3. Садохин А. П. Теория и практика межкультурной коммуникации. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2004. – С. 203.
4. Layes G. Interkulturelles Identitätsmanagement // Handbuch Interkulturelle Kommunikation und Kooperation. Bd. 1 (hrsg. von A. Thomas, E.-U. Knast, S. Schroll-Machl). – Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht, 2005. – S. 117–125, 123.
5. Lüsebrink H.-J. Interkulturelle Kommunikation. Interaktion, Fremdwahrnehmung, Kulturtransfer. – Stuttgart: Metzler, 2008. – S. 83.
6. Грушевицкая Т. Г., Попков В. Д., Садохин А. П. Основы межкультурной коммуникации. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2002. – С. 222.
7. Там же. – С. 218.
8. Heringer H.-J. Interkulturelle Kommunikation. Grundlagen und Konzepte. – Tübingen: Narr, 2007. – S. 199.

9. Kulturvergleichende Psychologie (hrsg. von A. Thomas), 2., überarb. u. erw. Aufl. – Göttingen: Hofgrete, 2003. – S. 553.
10. Грушевицкая Т. Г., Попков В. Д., Садохин А. П. Указ. соч. – С. 222.
11. Hort R. Vorurteile und Stereotype. Soziale und dynamische Konstrukte. – Saarbrücken: Verlag Dr. Müller, 2007. – S. 21.
12. Тер-Минасова С. Г. Война и мир языков и культур: вопросы теории и практики: учеб. пособие. – М.: АСТ, 2007. – С. 40.
13. Леонтович О. А. Россия и США: введение в межкультурную коммуникацию. – Волгоград: Перемена, 2003. – С. 281.
14. Quasthoff U. Soziales Vorurteil und Kommunikation – eine sprachwissenschaftliche Analyse des Stereotyps. – Frankfurt a. M.: Athenäum, 1973. – S. 31.
15. Hort R. Op. cit. – S. 9.
16. Рот Ю. Указ. соч. – С. 106.

Lesya Tchesnokova,

PhD student at chair of Philosophy, Omsk State Pedagogic University, Omsk

L.Tchesnokova@mail.ru

Intercultural communication stereotypes

Abstract. The paper considers the role of stereotypes in intercultural communication. The author notes that stereotype is the natural psychological mechanism, which can reduce the complexity of social surroundings and direct disorderly stream of impressions to habitual schemes and standards. The negative characteristics of stereotypes ascribes its unwarranted generalization and simplification of features of the other cultures.

Key words: stereotypes, intercultural communication, culture, prejudices, image of the Other.

References

1. Ten, Ju. P. (2007) *Kul'turologiya i mezhkul'turnaya kommunikatsiya*, Fenix, Rostov-na-Donu, p. 93 (in Russian).
2. Rot, Ju. (2006) *Mezhkul'turnaya kommunikatsiya: uchebno-meodicheskoye posobiye*, Yuniti-Dana, Moscow, p. 105 (in Russian).
3. Sadochin, A. P. (2004) *Teoriya i praktika mezhkul'turnoy kommunikatsii*, Yuniti-Dana, Moscow, p. 203 (in Russian).
4. Layes, G. (2005) *Interkulturelles Identitätsmanagement*, in: Handbuch Interkulturelle Kommunikation und Kooperation. Bd. 1 (hrsg. von A. Thomas, E.-U. Knast, S. Schroll-Machl). Göttingen: Vanderhoeck & Ruprecht. S. 117–125. S. 123 (in German).
5. Lüsebrink, H.-J. (2008) *Interkulturelle Kommunikation, Interaktion, Fremdwahrnehmung, Kulturtransfer*. Stuttgart: Metzler. S. 83 (in German).
6. Grushevitskaya, T. G., Popkov, V. D. & Sadochin, A. P. (2002) *Osnovy mezhku'turnoy kommunikatsii*, Yuniti-Dana, Moscow, p. 222 (in Russian).
7. Ibid., p. 218.
8. Heringer, H.-J. (2007) *Interkulturelle Kommunikation. Grundlagen und Konzepte*. Tübingen: Narr, S. 199 (in German).
9. *Kulturvergleichende Psychologie* (hrsg. von A. Thomas), (2003), 2., überarb. u. erw. Aufl.. Göttingen: Hofgrete, S. 553 (in German).
10. Grushevitskaya, T. G., Popkov, V. D., Sadochin, A. P. (2002) Op. cit., p. 222.
11. Hort, R. (2007) *Vorurteile und Stereotype. Soziale und dynamische Konstrukte*. Saarbrücken: Verlag Dr. Müller. S. 21 (in German).
12. Ter-Minasova, S. G. (2007) *Voyna i mir yasykov i kultur: voprosy teorii i praktiki*, AST, Moscow, p. 40 (in Russian).
13. Leontovich, O. A. (2003) *Rossiya i SShA: Vvedeniye v mezhkul'turnuyu kommunikatsiyu*, Peremena, Volgograd, p. 281 (in Russian).
14. Quasthoff, U. (1973) *Soziales Vorurteil und Kommunikation - eine sprachwissenschaftliche Analyse des Stereotyps*. Frankfurt a. M.: Athenäum. S. 31 (in German).
15. Hort, R. (2007) Op. cit., S. 9.
16. Rot, Ju. (2006) *Mezhkul'turnaya kommunikatsiya: uchebno-meodicheskoye posobiye*, Yuniti-Dana, Moscow, p. 106 (in Russian).

Рекомендовано к публикации:

Утёмовым В. В., кандидатом педагогических наук;

Горевым П. М., кандидатом педагогических наук,

главным редактором журнала «Концепт»



www.e-koncept.ru

Поступила в редакцию <i>Received</i>	30.01.15	Получена положительная рецензия <i>Received a positive review</i>	02.02.15
Принята к публикации <i>Accepted for publication</i>	02.02.15	Опубликована <i>Published</i>	01.04.15

© Концепт, научно-методический электронный журнал, 2015

© Чеснокова Л. В., 2015