МЕЖКУЛЬТУРНАЯ КОММУНИКАЦИЯ

МЕЖКУЛЬТУРНОЕ ОБЩЕНИЕ В РАКУРСЕ СТЕРЕОТИПОВ

И. Р. САРКИСЯН
ORCID: 0000-0002-4377-1601,
ГУ им. В.Я. Брюсова

Особенности национального характера отражает система социальных стереотипов носителей какой-либо культуры. Отсюда и интерес непосредственно к стереотипам и стереотипизации. Эти серьезные проблемы требуют грамотного подхода и адекватных решений. Стереотипы ведут к некоторому искажению реальности и включению в процесс общения своеобразного «автопилота», который предполагает жесткую схему восприятия и существенно затрудняет или даже совсем исключает обратную связь с партнерами по коммуникации. Следствием этого, как правило, является то, что действительное поведение партнеров, равно как и их намерения, остаются незамеченными или неправильно понятыми. Это оказывает влияние на ход общения и может стать источником конфликтов. Поэтому проблема построения адекватного поведения с учетом существующих стереотипов всегда актуальна.
Ключевые слова: *стереотип, модель, коммуникация, уровень языка, межкультурное общение.*

Особенности национального характера представителей какой-либо национальной культуры отражает четко сформированная система определенных стереотипов. Отсюда и интерес современных ученых непосредственно к стереотипам и стереотипизации. Это серьезные вопросы, которые требуют грамотного подхода и адекватных решений.

Термин «социальный стереотип» ввел в науку известный американский журналист Уолтер Липпман. Именно он является автором известной теории стереотипизации, суть которой заключается в том, что стереотип являет собой весьма упрощенное, а иногда даже слишком искаженное представление и непосредственном объекте.

Согласно мнению специалистов, стереотипизация являет собой одну их самых важных характеристик понимания межличностного и межгруппового и реально отражает как схематизированность, так и аффективную окрашенность, которая свойственна данной форме социальной перцепции [1: 207]. Самое распространенное определение стереотипа таково: стереотип – это стандартизированный и схематический

образ, либо представление о каком-нибудь социальном явлении (объекте), который обычно эмоционально окрашен и обладает стойкой устойчивостью. Он (стереотип), как-правило, выражает обычное отношение индивида к определенному явлению, которое сложилось под влиянием как социальных условий, так и предшествующего опыта.

В доминирующей массе научных работ стереотип рассматривается непосредственно в контексте социального взаимодействия. Таким образом, очерчивается определенная устоявшаяся модель поведения. Она напрямую связана с национальной ЯКМ и определяет выбор конкретного стиля поведения. Данный подход позволяет рассмотреть стереотипы как своеобразные уникальные и неповторимые знаки.

Российский исследователь В.А. Рыжков говорит о стереотипе как о коммуникативной единице определенного этноса, которая может с помощью актуальной презентации так называемых социально санкционированных потребностей оказать прямое типизированное побуждающее воздействие непосредственно на сознание личности – социализируемого индивида, при этом четко формируя в нем конкретные мотивации [2: 16].

Все вышесказанное исследователь-лингвист Прохоров Ю.Е. справедливо обобщает устоявшимся в науке термином «стереотипы речевого общения». Ученый считает, что это определенным образом маркированная социокультурная единица определенного ментально-лингвального комплекса представителя какой-либо этнокультуры (лингвокультуры). Она четко реализуется в речевом общении в виде общепринятой локальной ассоциации к стандартной ситуации общения, характерной для конкретной культуры [3: 21]. Вышесказанное позволяет нам определить стереотип как «модель».

Исследователь Красных В.В. рассматривает стереотип как своего рода ментальную фиксированную «картинку», которая являет собой своеобразный результат отражения в сознании индивида именно «типового» фрагмента окружающего мира [5: 178]. Мы считаем, что практически все стереотипы возможно классифицировать следующим образом:

- *так называемые стереотипы поведения и представления;*
- *стереотипы как определенный фрагмент мира, бытующий в сознании индивида*.

Иными словами, любой стереотип можно представить как особую возможность хранения значительного количества информации о мире, которая реально способствует адекватной ориентации в нем.

Оговорим, что на появление стереотипов влияют ярко вырисовывающиеся тенденции, которые можно обозначить следующим образом:

а) конкретные образы, которые ассоциируются непосредственно с абстрактными понятиями;

б) определенные признаки для характеристики чего-либо.

Обращаясь к исследованию проблемы стереотипов, следует непременно учесть очевидный факт - национальный характер стереотипов. Эквиваленты в разных ЯКМ, естественно, возможны, они, как правило, встречаются, и очень часто. Однако при этом необходимо учесть и другой очевидный факт: при внешнем совпадении стереотипы могут сильно различаться именно в специфических и неповторимых национальных деталях. А знание этих деталей может легко обеспечить успешность коммуникативного акта. В данном случае важность и актуальность приобретает практически все: артефакты, тематика общения, приветствия, прощания, хрономика, проксемика, такесика, эстетика, ольфактика, вокалика и т.д.

Отметим, что стереотипы могут быть разными. Так, к примеру, символом глупости у армян, у русских является *баран*, в то же время у китайцев *баран/овца* – это мудрое животное. Сомволичным для России является *береза*, для армян – *гранатовое* или *абрикосовое дерево*. Француз для армян – это *символ элегантности и галантности*, равно как и для русских, в то же время немцы воспринимают французов совершенно по-иному, а именно – невероятно жадными. Немец у армян ассоциируются с *пунктуальностью*, после ВОВ для советских людей немец стал символом *жестокости, агрессии*. В то же время символ жестокости и крайней дикости для армян – это турок.

Стереотип – это очевидный феномен. И это не вызывает сомнений. Именно поэтому его рекомендуется исследовать в разных ракурсах. Следует также отметить, что отношение ученых к стереотипам тоже разное. Например, заведующая Лабораторией коммуникативных исследований Леонтович О. А. убедительно говорит о том, что существующие стереотипы – это ментальные весьма упрощенные репрезентации определенной категории индивидов, сильно преувеличивающих случаи сходства между ними и пренебрегающих различиями. Таким образом, стереотипизацию можно охарактеризовать как статичный взгляд на конкретное общество и конкретного индивида, а также практическое неумение осознавать, равно как и воспринимать уникальность человеческой личности в целом. Здесь можно говорить и о стремлении подвести всех людей к весьма ограниченному количеству типов, имеющих стандартный набор характеристик [4: 236]. Автор справедливо, на наш взгляд, определяет, что разные виды стереотипов, которые имеются непосредственно на уровне языка, имеют реальную возможность создавать препятствия в межкультурном общении [4: 240].

Стереотипизация, конечно же, не является только лишь отрицательным явлением. Так, например, согласно известному филологу-лингвисту Тер-Минасовой С.Г., в так называемой стереотипизации обязательным образом присутствуют начальные и весьма важные и ценные

сведения о других культурах и народах. Эти знания являются ценной составляющей, которая способна создать специфический мостик для осуществления общения [5: 125].

Стереотипы имеют определенную позитивную роль. Так считает исследователь Павловская А. В., которая говорит, что стереотипы дают возможность индивиду иметь представление, в целом, о мире и тем самым выйти непосредственно за рамки весьма узкого географического, социального, а также и политического мира [6: 17].

Мы считаем, что стереотип – это весьма стабильный и одновременно очень элементарный (примитивный) образ определенного явления в конкретных условиях сильного дефицита реальной информации. Устоявшиеся стереотипы дают возможность индивиду сильно сократить время реагирования на современную быстро изменяющуюся реальность, равно как и заметно ускорить процесс адекватного восприятия действительности.

Позитивная роль стереотипов в МКК очевидна. Если индивид оказывается в другой стране, соответственно, в другой незнакомой ему культуре, то он с большой долей вероятности может подвергнуться культурному шоку. Однако при этом минимальное знание (хотя бы поверхностное), стереотипов этой страны заметно облегчает его (индивида) пребывание там и смягчает (минимизирует) коммуникативные неудачи.

При посещении малознакомой страны рекомендуется непременно вооружиться фоновыми знаниями. И здесь также на помощь приходят устоявшиеся стереотипы. Они помогают успешно преодолеть недопонимание, смягчают культурный шок, помогают преодолеть некоторые конфликтные ситуации.

Говоря о проблеме стереотипизации, следует оговорить очевидный факт: сильно переоценивать роль и возможности стереотипов в МКК не следует. Это также может привести к недопониманию, а также к коммуникативным неудачам и конфликтным ситуациям. Это касается и делового этикета, и этикета повседневного общения.

Представляется совершенно очевидным, что в МКК опираться только и только на знание определенных стереотипов не следует. При таком одностороннем подходе коммуникативные неудачи неизбежны. В ракурсе МКК стереотипы надо воспринимать как некие знания, либо представления о каком-либо народе и его стране. При этом следует принять во внимание и то, что существующие представления и знания могут в одночасье измениться, когда индивид вступает в коммуникацию с представителем (представителями) другого народа. Механическая фиксация на стереотипах, уже существующих в сознании, очень сильно усложняет мониторинг реальных действий коммуникантов. При этом рассматриваемый стереотип работает как так называемый коммуникационный фильтр: он отсеивает отдельные фрагменты действий, не соответствующих этому стереотипу.

Итак, стереотипы нередко приводят к ошибочному восприятию реальной действительности, равно как к вовлечению в коммуникативный процесс специфического «автопилота». Так называемый «автопилот» задает свою особую схему восприятия, при этом серьезно усложняя, а, возможно, совершенно исключая адекватную обратную связь с коммуникантами. В результате реальное поведение коммуникантов, равно как их намерения, остаются в тени, либо воспринимаются индивидами искаженно. Это, естественно, оказывает непосредственное воздействие на процесс коммуникации (диалога, полилога) и реально может стать причиной разнообразных коммуникативных неудач и даже конфликтов. Именно поэтому в настоящее время (период активной коммуникации не только между отдельно взятыми индивидами, но и между народами) насущная проблема организация соответствующего коммуникативного поведения, естественно, с обязательным учетом существующих в данной лингвокультурной среде устоявшихся стереотипов всегда актуальна.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Харченко Е.В.* Модели речевого поведения в профессиональном общении. Челябинск: Изд-во ЮУрГУ, 2003.
2. *Рыжков В.А.* Регулятивная функция стереотипов//Знаковые проблемы письменной коммуникации. Межвуз. сб. науч. трудов. Куйбышев, 1985.
3. *Прохоров Ю.Е.* Национальные социокультурные стереотипы речевого общения и их роль в обучении русскому языку иностранцев. М., 1996.
4. *Красных В.В.* Этнопсихолингвистика и лингвокультурология: Курс лекций. М.:ИТДГК «Гнозис», 2002.
5. *Леонтович О.А.* Русские и американцы: парадоксы межкультурного общения: Монография. Москва: Гнозис, 2005.
6. *Тер-Минасова С.Г.* Язык и межкультурная коммуникация. М.: СЛОВО/SLOVO, 2000.
7. *Павловская А.В.* Россия и Америка. Проблемы общения культур. М.,1998.

REFERENCES

1. *Kharchenko Ye.V.* Modeli rechevogo povedeniya v professional'nom obshchenii. Chelyabinsk: Izd-vo YUUrGU, 2003.
2. *Ryzhkov V.A.* Regulyativnaya funktsiya stereotipov//Znakovyye problemy pis'mennoy kommunikatsii. Mezhvuz. sb. nauch. trudov. Kuybyshev, 1985.
3. *Prokhorov Yu.Ye.* Natsional'nyye sotsiokul'turnyye stereotipy rechevogo obshcheniya i ikh rol' v obuchenii russkomu yazyku inostrantsev. M., 1996.
4. *Krasnykh V.V.* Etnopsikholingvistika i lingvokul'turologiya: Kurs lektsiy. M.:ITDGK «Gnozis», 2002.
5. *Leontovich O.A.* Russkiye i amerikantsy: paradoksy mezhkul'turnogo obshcheniya: Monografiya. Moskva: Gnozis, 2005.
6. *Ter-Minasova S.G.* YAzyk i mezhkul'turnaya kommunikatsiya. M.: SLOVO/SLOVO, 2000.

7. *Pavlovskaya A.V.* Rossiya i Amerika. Problemy obshcheniya kul'tur. M.,1998.

ՄԻՋՄՇԱԿՈՒԹԱՅԻՆ ՀԱՂՈՐԴԱԿՑՈՒԹՅՈՒՆԸ ԿԱՐԾՐԱՏԻՊԵՐԻ ՏԵՍԱՆԿՅՈՒՆԻՑ

Ի. Ռ. ՍԱՐԳՍՅԱՆ
✉ ***innasargsyan@gmail.com***

Վ. Բրյուսովի անվ. պետական համալսարան

Ազգային բնույթի առանձնահատկություններն արտացոլված են ցանկացած մշակույթը կրող սոցիալական կարծրատիպերի համակարգում: Այստեղից էլ ուղղակիորեն անմիջական հետաքրքրությունը կարծրատիպերի և կարծրատիպիզացիայի նկատմամբ: Այս լուրջ խնդիրները պահանջում են գրագետ մոտեցում և համարժեք լուծումներ: Կարծրատիպերը հանգեցնում են իրականության որոշակի աղավաղման և հաղորդակցման գործընթացում «ավտոմատ կառավարման (ավտոպիլոտի)» ներառմանը: Այն ենթադրում է ընկալման կոշտ սխեմա և զգալիորեն բարդացնում կամ նույնիսկ ամբողջովին բացառում է հաղորդակցման հետադարձ կապը հաղորդակցվողների հետ: Որպես վերջինիս հետևանք և չգրված օրենք, կատարվում է այն, որ հաղորդակցվողների իրական (դրսևորած) վարկը, նրանց մտադրությունները մնում են աննկատ կամ էլ սխալ են ընկալվում: Սա ազդում է հաղորդակցության ընթացքի վրա և կարող է դառնալ կոնֆլիկտների աղբյուր: Հետևաբար, համապատասխան վարքագիծ ստեղծելու խնդիրը՝ հաշվի առնելով համարժեք կարծրատիպերը մշտապես մնում են օրակարգային:

Բանալի բառեր՝ *կարծրատիպ, մոդել, հաղորդակցություն, լեզվի մակարդակ, միջմշակութային հաղորդակցություն:*

INTERCULTURAL COMMUNICATION IN THE PERSPECTIVE OF STEREOTYPES

I.R. SARGSYAN

V.Y. Bryusov State University

The peculiarities of the national character are reflected in the system of social stereotypes of the bearers of any culture. Hence the interest directly in stereotypes and stereotyping. These serious problems require a competent approach and adequate solutions. Stereotypes lead to some distortion of reality and the inclusion of a kind of "autopilot" in the communication process, which assumes a rigid perception scheme and significantly complicates or even completely excludes feedback from communication partners. The consequence of this, as a rule, is that the actual behavior of partners, as well as their intentions, remain unnoticed or misunderstood. This affects the course of communication and can become a source of conflict. Therefore, the problem of building adequate behavior taking into account existing stereotypes is always relevant.

Key words: *stereotype, model, communication, language level, intercultural communication.*

Информация о статье: статья поступила в редакцию 14 апреля 2023 г., подписана к печати в № 1 (116) 2023 27.06.2023.