

СТЕРЕОТИП: ЕГО МЕСТО И РОЛЬ В МЕЖКУЛЬТУРНОМ ВЗАИМОДЕЙСТВИИ

Скрипникова Виктория Юрьевна

студент Московского государственного университета экономики, статистики и информатики, РФ, г. Москва

Харитоновна Ольга Викторовна

научный руководитель, доц., Московского государственного университета экономики, статистики и информатики, РФ, г. Москва

В течение целых эпох любая нация формирует собственное представление об окружающем мире, о своей или чужой культуре. Таким образом, у нации формируются знания об окружающем мире; они существуют и в вербальном виде. Эти ментальные образования называются стереотипами, в основе формирования которых содержится общее представление одной нации о культуре, традициях, привычках, поведении, о нормах речевого общения, о мыслительных категориях, о моральных и этикетных нормах другой нации. Например, всем известны выражения американская деловитость, русский «авось да небось», немецкая пунктуальность, африканские страсти, французская любвеобильность, финская медлительность, польская шляхетская гордость, испанская вспыльчивость и т. д. Эти стереотипные представления отражают те или иные качества ментальности, темперамента и стиля жизни немцев, русских, африканцев, финнов, поляков и т. д.

Понятие «стереотип» (греч. stereos — твердый, typos — отпечаток) в 1922-ом году предложил американский социолог У. Липпман, автор книги «Общественное мнение». По Липпману, стереотип есть «особая форма восприятия окружающего мира, оказывающая определенное влияние на данные наших чувств до того, как эти данные дойдут до нашего сознания». Липпман же впервые предпринял попытку обозначить роль и место стереотипов в формировании общественного мнения и языковой картины мира (ЯКМ).

Значение стереотипов состоит в том, что они дают человеку возможность создать представление о мире, выходящее за рамки собственного социального, политического и географического окружения. Они формируются под влиянием культурного окружения человека и передаются следующим поколениям как данность.

Изучением стереотипов занимаются филологи, социологи, этнологи, лингвокультурологи и специалисты в области межкультурной коммуникации (МКК). Представления людей о самих себе обозначают термином «автостереотипы». Суждения о другом народе, его образе жизни, поведении, привычках и т. д. называются «гетеростереотипами». Существует спорная точка зрения, что гетеростереотипы всегда достаточно критичны, а потому объективны. К сожалению, это не совсем так. Например, гетеростереотип русских о чукчах не всегда справедлив, а порой даже оскорбителен. Это выражается во множестве всем известных анекдотов. Кстати, изучение взаимовлияния гетеростереотипа и бытового анекдота дает, по мнению Тер-Минасовой, богатый материал для изучения особенностей межкультурного взаимодействия.

В свою очередь, примером распространенного автостереотипа русских может служить представление о нашей самокритичности, доходящей до самоуничтожения.

Карасик В.И. в статье «Культурные доминанты в языке / Языковая личность: культурные концепты» (1993) предлагает выделять два вида стереотипов: стереотипы-образы и

стереотипы-ситуации. Пчела-труженица и упрямый баран суть стереотипы-образы. А сочетание аист — капуста, которое у нас ассоциируется с рождением ребенка, Карасик называет стереотипом-ситуацией.

Помимо этого, учёный выделяет стереотипы поверхностные и глубинные.

К поверхностным стереотипам (ПС) относятся представления о том или ином народе, обусловленные исторической, международной или внутренней политической ситуацией. На продолжительность их бытования влияет стабильность данного общества и реальные исторические коллизии. ПС интересуют в основном историков, социологов и политологов, хотя при анализе ПС грань между научным выводом и бытовым домыслом весьма условна. Глубинные же стереотипы (ГС) постоянны и устойчивы. Изменяются они весьма медленно, поэтому более любопытны для исследователя ментальности того или иного народа.

В свою очередь, во множестве глубинных стереотипов можно выделить стереотипы *внешние*, не имеющие ничего общего с истинными реалиями народного быта. Это, например, анекдотический (и, к счастью, давно устаревший) взгляд иностранцев на Россию: все русские беспробудные пьяницы, по нашим улицам бродят медведи, мы неисправимые лодыри и т. д. Такие представления, противоречащие нашим истинным реалиям, культуре и географии, у нас называют «развесистой клюквой». Но, несмотря на всю их очевидную смехотворность, подобные стереотипы изменяются весьма несущественно.

Исследуя стереотипы, ученые фиксируют пути формирования и передачи устойчивых представлений из поколения в поколение. К таковым обычно относят анекдоты, исторические случаи и т. д.

Стереотипы, разнящиеся нюансами, мелкими (но имеющими большое значение для успешной коммуникации) деталями, называют квазистереотипами. Например, универсальное понятие «очередь» реализуется по-разному в каждой культуре. В России спросят, «Кто последний?» (просторечное: кто крайний) или просто встанут в очередь. А в большинстве западноевропейских стран аппарат выдаёт талон с номером очереди, после чего клиенту остаётся только следить за цифрами на табло и ждать появления своего номера. Подобная система с недавних пор введена и в некоторых наших учреждениях, хотя пока не стала нам привычной.

Регуляторами этнического сознания и культуры, которые формируются в течение целых эпох, выступают врожденные или приобретенные культурные стереотипы. Любой индивид, находящийся в их власти, чувствует единение со своим этносом и культурой.

Ещё один значимый стереотип — поведенческий. Вообще стереотипы имеют много общего с традициями и обычаями, мифами и ритуалами. Но если традиции и обычаи характеризуются объективированной значимостью, открытостью, то стереотипы бытуют в основном среди скрытых умонастроений. В поведенческих стереотипах зашифрована и самобытность культуры. Стандартизация поведения характерна для многих видов человеческой деятельности: для общения, для социализации, для технологических процессов и т. д.

Характеристика определения понятия «поведенческий стереотип» невозможна без обращения к терминам «норма поведения» и «стереотипы поведения», которые нельзя полностью отождествлять. Как пишет Ю.М. Лотман, «норма и ее нарушение не противопоставлены как мертвые данности. Они постоянно переходят друг в друга. Возникают правила для нарушения правил и аномалии, необходимые для нормы. Реальное поведение человека будет колебаться между этими полюсами» (1997).

Каждый индивид своеобразен и разнообразен, тем не менее, можно говорить, что поведение человека типизировано, то есть подчиняется неким выработанным социумом нормам.

Для любого общества характерна своя особая совокупность стереотипов. Поведение человека в пределах собственного культурного и языкового пространства регулируется определенными типами культурных стереотипов. Они усваиваются с того момента, когда человек начинает ощущать себя частью своего этноса и культуры.

Выделяют две формы поведения в социокультурном пространстве. Во-первых, это свободное, в различных вариациях поведение (для каждого индивидуальное) и, во-вторых, поведение регламентированное, обусловленное наличествующими в обществе стереотипами или, по определению некоторых исследователей, нормами.

Владение только языком во всем его лексическом и грамматическом богатстве не есть единственная основа существования нации. Обязательным условием успешного взаимопонимания и общения можно считать и накопленные в национальной среде знания. Это знание своей истории, да и знания об окружающей среде в целом. Национальные стереотипы культуры способствуют лучшему осмыслению и пониманию этих знаний. Большинство реалий народной жизни: традиции, быт, обычаи и исторические события, знакомые членам единого языкового сообщества, не известны иностранцу. Поэтому в его (иностранца) культурном пространстве, как правило, возникают некие стереотипы, положительно либо отрицательно влияющие на развитие межличностных и межкультурных контактов.

В заключение скажем, что для успешной коммуникации желательно не только владение иностранным языком, но и знание культуры чужой страны с точки зрения истинности или ложности различных этностереотипов, крайне важных в реконструкции языковой картины мира как собственного, так и другого народа.

Список литературы:

1. Вержбицкая А. Понимание культур через посредство ключевых слов. — М.: Языки русской культуры, 2001. — 380 с.
2. Гудков Д.Б. Прецедентные имена в языковом сознании и дискурсе. / 9-ый конгресс МАПРЯЛ: доклады российских ученых. — М.: Языки русской культуры, 2009. — 126 с.
3. Карасик В.И. Культурные доминанты в языке. / Языковая личность: культурные концепты: сб. науч. тр. — Волгоград, Архангельск: Перемена, 1996. — С. 3—16.
4. Лотман Ю.М. Семантика культуры и понятие текста. / Русская словесность. Антология. — М.: Академия, 1997. — 240 с.
5. Тер-Минасова С.Г. Язык и межкультурная коммуникация. — М.: Слово, 2000. — 173 с.
6. Филиппова М.М. Парадоксы и стереотипы межкультурного общения представителей русской и британской культур // Вестник МГУ. Сер. Филология. 2002. № 3. — С. 64—82.
7. Широканов Д.И., Алексеева Е.А. Стереотипы и динамика мышления. Минск: Наука и техника, 1993. — 94 с.