

УДК 316.776.23

## Ментальные стереотипы в межкультурной коммуникации

**Го Лицзюнь**

Преподаватель кафедры русского языка,  
Шаньсийский Университет,  
030006, Китай, Шаньси, Тайюань, Учэн Роуд, 92;  
e-mail: glj827@163.com

### Аннотация

Статья посвящена проблемам исследования стереотипов в межкультурном общении. В центре внимания находятся вопросы формирования этнокультурных стереотипов. Анализируются функции этнокультурных стереотипов и проблема эффективной коммуникации с использованием стереотипов; исследуются моменты, когда стереотипы способствуют или препятствуют эффективной коммуникации.

### Для цитирования в научных исследованиях

Го Лицзюнь. Ментальные стереотипы в межкультурной коммуникации // Язык. Словесность. Культура. – 2014. – № 4. – С. 82-93.

### Ключевые слова

Этнокультурный стереотип, стереотип, общение, межкультурная коммуникация.

## Введение

Понятие «стереотип» имеет немало значений и входит в предмет исследования ряда научных дисциплин. Свое понимание стереотипа существу-

ет в психологии, социологии, этнографии, когнитологии, лингвистики, этнолингвистики, этнопсихоллингвистики (см. работы И.С. Кона, Г. Тажфела, Ю.Д. Апресяна, Е. Бартминского, Ю.А. Сорокина, В.А. Рыжкова, Ю.Е. Прохорова, В.В. Красных, А.В. Павловской, Н.В. Уфимцевой, Г.С. Батигина и др.).

Стереотипы – это стабильно повторяющиеся цепочки (шаблоны) мыслей, чувств и поступков. Это привычные для нас способы восприятия и реагирования на ту или иную ситуацию. Впервые термин «стереотип» использовал американский журналист и политолог У.Липпман в 1922 г. в работе «Общественное мнение» при анализе влияния имеющегося знания о предмете на его восприятие и оценку при непосредственном контакте. У.Липпман рассматривает стереотипы как упорядоченные, схематичные, детерминированные культурной «картинки мира» в голове человека (*the pictures in our heads*), экономящие его усилия при восприятии сложных социальных объектов и защищающие его ценностные позиции и права.

С развитием исследования данного понятия в различных науках сформировались отличающиеся подходы к определению стереотипа. Так, в когнитивной лингвистике и этнолингвистике рассматривается ментальный стереотип, который соотносится с наивной картиной мира. Ю.А. Сорокин определяет стереотип как определенный процесс и результат общения (поведения) согласно определённым семиотическим моделям [См. Уфимцева, 1995, 55]. Н.В. Уфимцева дифференцирует этнические и культурные стереотипы: «этнические стереотипы недоступны саморефлексии «наивного» члена этноса и являются фактами поведения и коллективного бессознательного, им невозможно специально обучать, а культурные стереотипы доступны саморефлексии и являются фактами поведения, индивидуального бессознательного сознания, им уже можно обучать» [там же, 62]. Социальные стереотипы исследуются на самых различных уровнях [см. Konrath, Au, Ramsey, 2012; Michaels, 2012; Linus, Liu, Zhang, 2013; Joseph et al., 2014].

## **Изучение и классификация этнокультурных стереотипов**

В настоящее время большое количество исследований стереотипического мышления посвящено такой разновидности, как этнические (националь-

ные) стереотипы. Этнокультурные стереотипы понимаются как относительно устойчивые представления о моральных, умственных, физических качествах, присущих представителям различных этнических общностей. По замечанию зарубежных исследователей, «такие стереотипы проистекают из явлений, общих для всего человечества: (1) базовой потребностью разделения «друзей и недругов» и (2) универсальностью различий в иерархии и соревнования за ресурсы» [Cuddy и др., 2009, 2].

В традициях московской этнолингвистической школы стереотип рассматривается как явление, принадлежащее «языку культуры», в связи с чем объектом исследования становится семантика знака в языке культуры, связь языковых и внеязыковых стереотипов (работы Н.И. и С.М. Толстых, Т.А. Агапкиной, Л.Н. Виноградовой). В содержании этнических стереотипов зафиксированы оценочные мнения об указанных качествах. Кроме того, в содержании этнических стереотипов могут присутствовать предрассудки, предубеждения по отношению к людям конкретной национальности, или же более общие, в частности, колониальные стереотипы, например, в отношении аборигенов Америки [Michaels, 2012, 2].

Стереотипы, складывающиеся в сознании определенного народа в отношении другого, близкого данному, народа или имеющего для него определенное значение, называются «гетеростереотипами» [Марковина, 1991, 20; Mizera и др., 2013]. Гетеростереотип – это представление о данном народе со стороны других народов. Гетеростереотипы часто являются источником национальных предрассудков и предубеждений, и проверка научными методами опровергает их верность: так, психологические тесты показали, что считающиеся закрытыми британцы в большинстве своем экстраверты [McCrae и др., 2007, 954]. Более того, «идея о том, что представления о национальном характере возникают из познания реальных черт <представителей того или иного этноса>, полученных лично и через посредников, не подтверждается; как правило, в большинстве национальных стереотипов нет и зерна истины» [там же]. Субъективность восприятия приводит к искажению истолкования смысла действий представителей других стран или культур. Так, исследователи вопроса замечают, что негативные этнические стереотипы априорно влияют на взаимоотношения израильских и арабских детей и подростков [Pitner и др., 2003].

Стереотипы, существующие у представителей определенной культуры относительно самих себя, исследователь именуется «автостереотипами» (например, в русском языке существует поговорка «что русскому хорошо, то немцу – смерть»), согласно которой представители русской лингвокультуры считают себя выносливыми и самоотверженными, в отличие от представителей иных культур) [Марковина, 1991, 27]. Автостереотипы представителей русского культуры основаны на чувстве патриотизма, зависящего от их сиюминутного настроения, которое, в целом, далеко от оптимистичного. В связи с этим русские склонны негодовать по поводу политической, экономической и социальной обстановки в стране, но, по большому счету, терпеть и бездействовать. Русские считают себя доброжелательными, дружелюбными, гостеприимными и искренними людьми.

Итак, стереотип – это некоторый фрагмент концептуальной картины мира, ментальная «картинка», устойчивое культурно-национальное представление о предмете или ситуации. Это не только ментальный образ, но и его вербальная оболочка. Этнические стереотипы составляют основу понятия национального характера.

### **Функции и роль этнокультурных стереотипов в межкультурной коммуникации**

Основные функции стереотипного оценивания по У.Липпману – функция экономии умственных усилий и функция защиты групповых ценностей, авторитетов, взглядов и мнений. [Куницына и др., 2001, 330]. Э.П. Чакалова выделяет следующие функции стереотипов:

- объясняют человеческие поступки путем предоставления готовой и простой информации;
- позволяют предвидеть различные формы поведения партнеров по коммуникации;
- формируют основы собственного поведения по отношению к собеседникам и партнерам (в стереотипы необходимо вносить коррективы исходя из собственного опыта);

– защищают традиции, обычаи, привычки своей культуры, делят мир на своих и чужих («что русскому хорошо, то немцу – смерть», «незванный гость хуже татарина» и т.д.);

– обеспечивает членов общества соответствующими эталонами, моделями, стандартами поведения [Чакалова, 2005, 390].

Коммуникативные взаимодействия могут быть успешными или закончиться коммуникативным провалом. Это зависит от культурно обусловленной взаимной коммуникативной компетентности участников коммуникативного события – то есть от баланса между общим и различным в их процессах восприятия и символических системах. Зарубежные исследователи отмечают, что «часто оправданием для национальной стереотипов считается юмор», и что «стереотипы связаны также с расистским дискурсом» [Sayer, Meadows, 2012, 265].

Культурно обусловленные различия приводят к особой разновидности коммуникации, называемой межкультурной, при которой коммуниканты из разных культур используют при прямом контакте особые дискурсивные стратегии. В процессе межкультурного общения люди, как правило, воспринимают и оценивают друг друга с позиций собственной культуры и внутренних, присущих ей стандартов. Использование стереотипов при межкультурном общении неизбежно. «При всем своем схематизме и обобщенности стереотипные представления о других народах и других культурах подготавливают к столкновению с чужой культурой, ослабляют удар, снижают культурный шок» [Тер-Минасова, 2008, 44]. Как четко подмечает А.В. Павловская, «стереотипы позволяют человеку составить представление о мире в целом, выйти за рамки своего узкого социального, географического и политического мира» [Павловская, 1998, 17].

Стереотипы, как и другие элементы картины мира, могут оказывать различное воздействие на коммуникацию. Гетеростереотипы играют большую роль, в частности, в туризме, который осмысливается в современной науке как социально обусловленная и дискурсивно осваиваемая практика [см. Vainikka, 2014].

Эффективная стереотипизация помогает людям понимать ситуацию и действовать в соответствии с новыми обстоятельствами. Такое происходит в следующих случаях:

1) если сознательно придерживаются стереотипа. Индивид должен понимать, что стереотип отражает конкретно групповые нормы и ценности, черты и признаки, а не специфические качества, свойственные отдельному индивиду из данной группы;

2) если стереотип является описательным, а не оценочным. Предполагается отражение в стереотипах реальных и объективных качеств и свойств людей данной группы, но не их оценку как хороших или плохих;

3) если стереотип точен. Стереотип должен адекватно выражать признаки и черты группы, к которой принадлежит человек;

4) если стереотип является только догадкой о группе, но не прямой информацией о ней. Первое впечатление о группе не всегда может дать достоверные знания обо всех индивидах данной группы;

5) если стереотип модифицирован. Стереотип должен быть основан на дальнейших наблюдениях и опыте общения с реальными людьми или исходить из опыта реальной ситуации [см. Adler, 1991].

Стереотипы могут стать неэффективными и даже затруднять коммуникацию в том случае, когда, ориентируясь на них, ошибочно относят людей не к тем группам, некорректно описывают групповые нормы, когда путают стереотипные описания с описанием определенного индивида и когда не удается модифицировать стереотипы, основанные на реальных наблюдениях и опыте. В таких случаях стереотипы могут становиться серьезным препятствием при межкультурном взаимодействии.

При более тщательном рассмотрении отрицательных моментов стереотипизации для межкультурной коммуникации можно выделить несколько причин этого препятствия:

– когда за стереотипами не удастся выявить индивидуальные особенности людей. Стереотипизация предполагает, что все члены группы обладают однотипными чертами. Подобный подход применяется ко всей группе в целом и к отдельному индивиду на протяжении определенного промежутка времени, несмотря на индивидуальные вариации;

– когда стереотипы повторяют и усиливают определенные ошибочные убеждения и верования до тех пор, пока люди не начинают воспринимать их за истинные;

– когда стереотипы основываются на полуправде и различных искажениях. Сохраняя в себе реальные черты стереотипизируемой группы, стереотипы при этом искажают действительность и предоставляют неточные сведения о людях, с которыми осуществляются межкультурные контакты [Samovar, 1998].

«Стереотипы – положительные, отрицательные, нейтральные – регулируют взаимодействие коммуникантов как при межкультурном общении <...> так и при внутрикультурном общении» [Гришаева, Цурикова, 2004, 25]. Люди сохраняют собственные стереотипы, даже при условии, что действительность и их жизненный опыт им противоречат. Поэтому в ситуации межкультурного взаимодействия важно проявить умение эффективно пользоваться стереотипами, то есть осознавать и использовать их, но также уметь от них и отказаться, если реальная картина будет расходиться со стереотипными представлениями. Ведь, как справедливо отмечает литовская исследовательница, «если вы воспринимаете Другого исходя из собственных ощущений, а не априорных стереотипов и предварительных предположений, вы можете найти более широкое понимание других культур» [Juzefovič, 2009, 50].

## Выводы

На основании представленного выше анализа можно сделать ряд выводов.

Стереотип характерен для сознания и языка представителя культуры, без него диалог культур практически невозможен, так как и отдельно взятая культура, и человеческая культура в целом буквально пронизаны стереотипами как адекватными средствами воплощения культурной информации.

В ситуации межкультурных контактов стереотипы играют важную роль. Стереотипы жестко «встроены» в систему индивидуальных ценностей, являются ее составной частью. По этой причине стереотипизация всегда наличествует в межкультурной коммуникации.

Стереотипы могут быть полезны или вредны в зависимости от того, как они используются. Чтобы построить эффективную коммуникацию, необходимо понять, как следует обходиться со стереотипами.

## Библиография

1. Гришаева Л.И., Цурикова Л.В. Введение в теорию межкультурной коммуникации. – Воронеж: ВГУ, 2004. – 424 с.
2. Куницына В.Н., Казаринова Н.В., Погольша В. М. Межличностное общение. – СПб.: Питер, 2001. – 544 с.
3. Марковина И.Ю., Сорокин Ю.А., Сухороких Е.В. Кинематографический и художественный текст: проблемы его восприятия и реконструкции // Текст и его изучение в вузе и в школе. – М., 1991. – С 19-27.
4. Павловская А.В. Россия и Америка. Проблемы общения культур: Россия глазами американцев, 1850-1880-е годы. – М., 1998. – 304 с.
5. Тер-Минасова С.Г. Язык и межкультурная коммуникация. – М.: Слово, 2008. – 624 с.
6. Уфимцева Н.В. Этнические и культурные стереотипы: кросс-культурное исследование // Известия Академии наук (РАН). Серия литературы и языка. – 1995. – Т. 54. – №3. – С. 55-62.
7. Чакалова Э.П. Национальная специфика языковой картины мира // Актуальные проблемы современного языкознания и литературоведения. Материалы 4-й межвузовской конференции молодых ученых. – Краснодар, 2005. – С. 385-392.
8. Adler N. International dimensions of organizational behavior. – Boston, 1991. – 416 p.
9. Cuddy A., Fiske S., Kwan V. et al. Stereotype content model across cultures: Towards universal similarities and some differences // British Journal of Social Psychology. – 2009. – № 48(1). – P. 1-33.
10. Joseph K., Morgan G.P., Martin M.K., Carle K.M. On the Coevolution of Stereotype, Culture, and Social Relationships: An Agent-Based Model // Social Science Computer Review. – 2014. – № 32 (3). – P. 295-311.
11. Juzefovič A. Borders between Europe and China: Why do Europeans (mis)understand Chinese culture? // Limes. – 2009. – № 2 (1). – P. 48-56.
12. Konrath S., Au J., Ramsey L. Cultural Differences in Face-ism: Male Politicians Have Bigger Heads in More Gender-Equal Cultures // Psychology of Women Quarterly. – 2012. – № 36 (4). – P. 476-487.

13. Linus Ch.Y., Liu X., Zhang J. Stereotypes of deceptive behaviors: a cross-cultural study between China and Japan // *Social Behavior & Personality: an international journal*. – 2013. – № 41(2). – P. 335-342.
14. McCrae R., Terracciano A., Realo A., Allik J. Climatic warmth and national wealth: some culture-level determinants of national character stereotypes // *European Journal of Personality*. – 2007. – № 21(8). – P. 953-976.
15. Michaels J. Fantasies of Native Americans: Karl May's continuing impact on the German imagination // *European Journal of American Culture*. – 2012. – № 31 (3). – P. 205-218.
16. Mizera L., Tulviste T., Konstabel K., Lausa E. Silent and Slow Estonians, Emotional and Fast Russians: A Comparative Study of Communication Stereotypes in Two Neighboring Countries // *Communication Quarterly*. – 2013. – № 61 (3). – P. 268-283.
17. Pitner R.O., Astor R.A., Benbenishty R., Haj-Yahia M.M., Zeira A. Adolescents' approval of peer and spousal retribution in their culture vs. other cultures: The role of group stereotypes // *British Journal of Developmental Psychology*. – 2003. – № 21 (2). – P. 221-242.
18. Samovar L. Porter R., Stefani L. *Communication between Cultures*. – Wadsworth Publishing Company, 1998. – 432 p.
19. Sayer P., Meadows B. Teaching culture beyond nationalist boundaries: national identities, stereotyping, and culture in language education // *Intercultural Education*. – 2012. – № 23 (3). – P. 265-279.
20. Vainikka V. Travel agent discourses of mass tourism: beyond stereotypes? // *Tourism Geographies*. – 2014. – № 16 (2). – P. 318-332.

## **Mental stereotypes in intercultural communication**

**Lijun Guo**

Lecturer of the department of Russian language,  
Shanxi University, School of Foreign Languages,

92 Wucheng Road, Taiyuan, Shanxi, 030006, China;  
e-mail: glj827@163.com

### Abstract

The article is devoted to the study of stereotypes in intercultural communication. The focus is on issues of formation of ethno-cultural stereotypes: heterostereotypes and autostereotypes. Ethno-cultural stereotypes are understood as relatively stable representation of the moral, intellectual, physical qualities common to the members of different ethnic communities. Stereotypes are "built into" the system of individual values. That's why there is always a stereotyping in intercultural communication. The functions of ethnocultural stereotypes and the problem of effective communication with the use of stereotypes are analyzed; the author explores moments when stereotypes contribute to or hinder effective cross-cultural communication. The author concludes that the effective stereotyping helps people to understand the situation and act in accordance with the new circumstances. Stereotypes can be ineffective and can even impede communication in the case when, guided by them, people are mistakenly attributed to groups, incorrectly describe the group norms, when people confuse stereotypical descriptions with describing a particular individual, and when you can not modify the stereotypes based on actual observations and experience.

### For citation

Guo, Lijun (2014) Mental'nye stereotipy v mezhkul'turnoi kommunikatsii [Mental stereotypes in intercultural communication]. *Yazyk. Slovesnost'. Kul'tura* [Language. Philology. Culture], 4, pp. 82-93 (In Russian).

### Keywords

Ethnocultural stereotype, stereotype, communication, intercultural interaction.

### References

1. Adler, N. (1991) *International dimensions of organizational behavior*. Boston.
2. Chakalova, E.P. (2005) Natsional'naya spetsifika yazykovoi kartiny mira [National specific of linguistic picture of the world]. In: *Aktual'nye problemy sovremennogo yazykoznaniya i literaturovedeniya. Materialy 4-i mezhvuzovskoi kon-*

- ferentsii molodykh uchenykh* [Actual problems of modern linguistics and literary studies. Proceedings of the 4th Inter-University Conference of Young Researchers]. Krasnodar, pp. 385-392.
3. Cuddy, A., Fiske, S., Kwan, V. et al. (2009) Stereotype content model across cultures: Towards universal similarities and some differences. *British Journal of Social Psychology*, 48(1), pp. 1-33.
  4. Grishaeva, L.I., Tsurikova, L.V. (2004) *Vvedenie v teoriyu mezhkul'turnoi kommunikatsii* [Introduction to Intercultural Communication]. Voronezh: VGU.
  5. Joseph, K., Morgan, G.P., Martin, M.K., Carle, K.M. (2014) On the Coevolution of Stereotype, Culture, and Social Relationships: An Agent-Based Model. *Social Science Computer Review*, 32 (3), pp. 295-311.
  6. Juzefovič, A. (2009) Borders between Europe and China: Why do Europeans (mis)understand Chinese culture? *Limes*, 2 (1), pp. 48-56.
  7. Konrath, S., Au, J., Ramsey, L. (2012) Cultural Differences in Face-ism: Male Politicians Have Bigger Heads in More Gender-Equal Cultures. *Psychology of Women Quarterly*, 36 (4), pp. 476-487.
  8. Kunitsyna, V.N., Kazarinova, N.V., Pogol'sha, V.M. (2001) *Mezhlichnostnoe obshchenie* [Interpersonal communication]. Saint-Petersburg: Piter.
  9. Linus, Ch.Y., Liu, X., Zhang, J. (2013) Stereotypes of deceptive behaviors: a cross-cultural study between China and Japan. *Social Behavior & Personality: an international journal*, 41(2), pp. 335-342.
  10. Markovina, I.Yu., Sorokin, Yu.A., Sukhorokikh, E.V. (1991) Kinematograficheskii i khudozhestvennyi tekst: problemy ego vospriyatiya i rekonstruktsii [Cinematic and literary text: the problem of perception and reconstruction]. In: *Tekst i ego izuchenie v vuze i v shkole* [Text studies in high school and at school]. Moscow, pp. 19-27.
  11. McCrae, R., Terracciano, A., Realo, A., Allik, J. (2007) Climatic warmth and national wealth: some culture-level determinants of national character stereotypes. *European Journal of Personality*, 21(8), pp. 953-976.
  12. Michaels, J. (2012) Fantasies of Native Americans: Karl May's continuing impact on the German imagination. *European Journal of American Culture*, 31 (3), pp. 205-218.

13. Mizera, L., Tulviste, T., Konstabel, K., Lausa, E. (2013) Silent and Slow Estonians, Emotional and Fast Russians: A Comparative Study of Communication Stereotypes in Two Neighboring Countries. *Communication Quarterly*, 61 (3), pp. 268-283.
14. Pavlovskaya, A.V. (1998) *Rossiya i Amerika. Problemy obshcheniya kul'tur: Rossiya glazami amerikantsev, 1850-1880-e gody* [Russia and America. Intercultural Communication problems: Russia through the eyes of Americans, 1850-1880-ies]. Moscow.
15. Pitner, R.O., Astor, R.A., Benbenishty, R., Haj-Yahia, M.M., Zeira, A. (2003) Adolescents' approval of peer and spousal retribution in their culture vs. other cultures: The role of group stereotypes. *British Journal of Developmental Psychology*, 21 (2), pp. 221-242.
16. Samovar, L. Porter, R., Stefani, L. (1998) *Communication between Cultures*. Wadsworth Publishing Company.
17. Sayer, P., Meadows, B. (2012) Teaching culture beyond nationalist boundaries: national identities, stereotyping, and culture in language education. *Intercultural Education*, 23 (3), pp. 265-279.
18. Ter-Minasova, S.G. (2008) *Yazyk i mezhkul'turnaya kommunikatsiya* [Language and Intercultural Communication]. Moscow: Slovo.
19. Ufimtseva, N.V. (1995) Etnicheskie i kul'turnye stereotipy: kross-kul'turnoe issledovanie [Ethnic and cultural stereotypes: a cross-cultural study]. *Izvestiya Akademii nauk (RAN). Seriya literatury i yazyka*, 54 (3), pp. 55-62.
20. Vainikka, V. (2014) Travel agent discourses of mass tourism: beyond stereotypes? *Tourism Geographies*, 16 (2), pp. 318-332.