

И. А. Постоечко

ЭТНОКУЛЬТУРНЫЕ СТЕРЕОТИПЫ В МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ

Этнокультурные стереотипы включают в себя обобщенные представления о типичных чертах, характерных для определенной нации и культуры. Они формируются вследствие этноцентрической реакции, т. е. попытки судить о представителях других культур с позиций своей собственной культуры. В статье представлен краткий анализ стереотипов российских студентов относительно родной и американской культур.

Ключевые слова: стереотип, автостереотип, гетеростереотип, этноцентризм, этническая идентичность, этническая толерантность.

Ethnocultural stereotypes include generalized notions of the typical features characteristic of a particular nation and culture. They are formed as a result of an ethnocentric reaction, i.e. attempts to judge representatives of other cultures from the standpoint of one's own culture. The article presents a brief analysis of stereotypes of Russian students regarding native and American cultures.

Key words: stereotype, autostereotype, heterostereotype, ethnocentrism, ethnic identity, ethnic tolerance.

Стереотипы — один из важнейших элементов при взаимодействии в человеческом обществе, и особенно ярко они проявляются при межкультурном общении. Стереотипы являются обобщениями социального опыта представителей определенной языковой культуры, когнитивными образами, служащими для категоризации мира, упрощенными схемами для ориентирования в социуме и мире. Стереотипы могут оказывать как позитивное, так и негативное влияние. Позитивное влияние стереотипов заключается в минимизации усилий по обработке информации, которая поступает из окружающей внеязыковой реальности, и в данном случае стереотипы служат генерализацией опыта познания мира человеком. Отрицательное влияние стереотипов проявляется в том, что некий несущественный признак может послужить основой генерализации, что приводит к искаженному восприятию определенного процесса или явления, результатом чего являются некорректные суждения и выводы [1]. Стереотипы тесно связаны с этноцентризмом, который отражает наиболее обобщенное представление о типичных чертах, характерных для какой-либо нации и культуры. Эта связь может быть представлена следующим образом: общение → стереотип → этноцентризм → предрассудок [2]. В большинстве случаев стереотипы — это форма социального восприятия той или иной группы людей. С этой позиции стереотипы подразделяются на две группы: автостереотипы (обозначающие восприятие внутри группы, восприятие собственной этнической группы, самовосприятие) и гетеростереотипы (обозначают восприятие всего, что находится за пределами группы, образа других этнических групп, иностранцев) [3].

В нашем исследовании мы провели анкетирование российских студентов (около 100 человек) в возрасте 19—21 года, обучающихся на переводческом

и информационно-математическом факультетах Дальневосточного государственного гуманитарного университета г. Хабаровска. В ходе анализа анкет мы попытались выяснить, какие стереотипы относительно русской и американской культур являются наиболее распространенными в исследуемой студенческой среде. Первая часть анкеты была направлена на выявление общего отношения студентов к стереотипам и источникам их образования. Вторая часть анкеты позволила студентам высказать свою точку зрения при ответе на вопрос.

Результат анализа анкет показал, что практически все студенты общались с представителями других культур, но большинство студентов-переводчиков указали, что после межкультурного общения у них в какой-то степени изменился стереотип о нации собеседника, студенты-математики посчитали, что никаких изменений не произошло. Однако далее практически все респонденты обоих факультетов указали, что нельзя судить в целом о нации после знакомства с ее единичными представителями. Подавляющее большинство студентов ответили положительно на вопрос, доверяют ли они своим стереотипам, и указали источники стереотипов в следующей последовательности: Интернет, фильмы, общение.

Автостереотипы студентов-переводчиков и студентов-математиков оказались преимущественно позитивными, с небольшим процентом негативных показателей, что отражает норму и в целом показывает положительную идентичность опрашиваемых. Так, в ходе анализа анкет выявились наиболее часто упоминаемые черты характера русских: *гостеприимство, доброжелательность, отзывчивость, щедрость, ум, способность к творчеству, патриотизм, находчивость* и т. д. Стоит отметить, что такая характеристика, как *гостеприимство*, получила больше всех голосов у студентов переводческого факультета. Студенты-математики отдали предпочтение такой черте характера, как *патриотизм*, причем и для русских, и для американцев. Самыми популярными негативными чертами являются *лень, грубость, алкоголизм, безответственность, пессимизм*. На первом месте в списке негативных автостереотипов у студентов обоих факультетов стоит *лень*. Отсюда вытекают следующие негативные стереотипы: *недовольство жизнью, выливание своих проблем на других, желание постоянно жаловаться*, причем стоит отметить, что эти стереотипы были упомянуты только студентами переводческого факультета. Не менее часто упоминаемая негативная черта характера русских среди студентов как переводчиков, так и математиков — это *алкоголизм* или *пьянство*. При общей положительной тенденции в представлении автостереотипов в обеих исследуемых группах необходимо отметить, что студенты-переводчики написали больше отрицательных характеристик, присущих русской нации, чем студенты-математики. Количество студентов, все же имеющих негативный автостереотип, гораздо больше среди студентов-переводчиков, чем среди студентов-математиков.

Анализ гетеростереотипа относительно американской культуры показал, что мнения студентов-переводчиков и студентов-математиков значительно расходятся. У студентов-математиков гетеростереотип получился негативным, тогда как у студентов-переводчиков — позитивным. При этом одну и ту же черту характера студенты-переводчики определяли как положительную, математики — как отрицательную. Например, *улыбчивость, доброжелательность* у студентов-переводчиков превращалась в *неискренность, бездушность* у студентов-математиков, *прагматичность, экономность* — в *жадность, неотзывчивость*, и т. д. *Стремление делать карьеру и зарабатывать деньги* некоторые студенты

определили как негативные характеристики, другие как позитивные. Такие различия объясняются, скорее всего, наличием определенных теоретических и практических знаний об американской культуре у студентов-переводчиков, в то время как знания студентов-математиков получены, в основном, эмпирическим путем: СМИ, фильмы, бытовые разговоры.

Таким образом, проведенное исследование поднимает вопросы важности формирования авто- и гетеростереотипов в студенческой среде, возможности их корректировки и формирования этнической толерантности. Формирование этнической толерантности в молодежной среде, понимаемой как отсутствие негативного отношения к иной этнической культуре, то есть формирование позитивного образа другой культуры при сохранении позитивного отношения к своей собственной культуре, является одной из наиболее насущных задач в современном мире.

Библиографический список

1. Гудков Д. Б. Теория и практика межкультурной коммуникации. М. : Гнозис, 2003. 288 с.
2. Маслова В. А. Лингвокультурология. М. : Академия, 2010. 183 с.
3. Lebedko M. Culture Bumps: Overcoming Misunderstandings in Cross-cultural Communication. Vladivostok : Far Eastern State University Press, 1999. 195 p.

ББК 81.432.1-4

О. А. Ужова

СТАНОВЛЕНИЕ ЛИНГВОКУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКОГО НАПРАВЛЕНИЯ В АНГЛИЙСКОЙ ЛЕКСИКОГРАФИИ

Рассматриваются этапы становления лингвокультурологии, выделяются единицы, подлежащие лексикографированию, предлагается новый тип словарей культуры — концептуарии культуры.

Ключевые слова: лингвокультурология, концепт, концептуарий культуры.

The article deals with the stages of linguoculturology development, units to be included in a dictionary are suggested, a new type of culturological dictionary is discussed.

Key words: linguoculturology, concept, conceptuarium of culture.

Становление лингвокультурологического направления в лингвистике связано с созданием новых типов словарей культуры. В связи с этим представляется полезным рассмотреть его основные принципы и понятия.

Для данного исследования особенно важны два структурных подразделения, развивающиеся в рамках этой парадигмы: когнитивная лингвистика и лингвокультурология. С точки зрения когнитивной лингвистики язык — это когнитивный механизм, который принимает участие в кодировании и трансформации языка. Целью ее является исследование того, как проходят процессы восприятия, классификации и категоризации, осмысления мира вокруг нас, каким образом накапливаются знания.