

ПРОБЛЕМЫ МЕЖКУЛЬТУРНОГО ДИАЛОГА И СТЕРЕОТИПЫ

Problems of The Intercultural Dialogue and Stereotypes

Shalala RAMAZANOVA*

Inna PEVNEVA**

Özet

В статье рассматриваются проблемы межкультурного взаимодействия в аспектах транскультурной коммуникативной компетентности и толерантности. Анализируются проблемы стереотипизации и влияния устойчивых стереотипов на эффективность межкультурного диалога.

Ключевые слова: межкультурная коммуникация, стереотипы, толерантность, диалог, межкультурное взаимодействие, культурные ценности, культура, национальная специфика

Abstract

The article considers the issues of the intercultural interaction within the transcultural communication competence and tolerance aspects. The problems of stereotyping and the influence of stereotypes on the efficiency of intercultural dialogue are analyzed.

Key words: intercultural communication, stereotypes, tolerance, dialogue, intercultural interaction, cultural values, culture, national specifics.

(Makalede kültürlerarası iletişimin yetkinlik ve tolerans yönüyle problemleri incelenerek klişeleştirme ve basmakalıplaştırmanın diyalog verimliliği üzerindeki alışlagelmiş etkisinin sorunları analiz edilmiştir.)

* Yrd. Doç. Dr., Ağrı İbrahim Çeçen Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Rus Dili ve Edebiyatı Bölümü, shramazanova@agri.edu.tr

** Doç. Dr., Ağrı İbrahim Çeçen Üniversitesi Edebiyat Fakültesi İngiliz Dili ve Edebiyatı Bölümü, ipevneva@agri.edu.tr

Введение

Общение между членами различных культурных групп может быть осложнено по множеству причин. Культурные группы могут различаться согласно ценностям, отношению к жизни, убеждению, условиям и стилям общения и т.д. Тем не менее, именно эти элементы влияют на нас и нашу систему ориентации, являясь инструментами, формирующими поведение в межкультурном диалоге. Так, участвуя в межкультурном взаимодействии, мы можем столкнуться с рядом проблем – с плохим функционированием наших «инструментов» или с их отсутствием. Специфику межкультурной коммуникации рассматривают с позиции множества научных направлений: эксперты психологии, теории коммуникации, исследований международного бизнеса и управления, а также иноязычного образования пытались осмыслить способности межкультурного взаимодействия. Зачастую в современной литературе используется понятие «компетенции межкультурного взаимодействия». Данный термин применим для обращения к компетенции не только как для выражения общения (вербального и невербального), эффективного и надлежащего поведения людей из разных культурных групп, но и для того, чтобы справиться с психологическими требованиями и динамическими результатами, которые вытекают из подобного взаимодействия.

Межкультурная компетенция проявляется в способности признавать, уважать, ценить и продуктивно использовать – как для себя, так и для других – культурные условия, служа детерминантом восприятия, суждения, чувств и действий с целью создания взаимной адаптации, терпимости к несовместимости и развитию в направлении синергетической формы сотрудничества, совместной жизни и эффективной ориентационной модели по отношению к интерпретации и формированию мира. Транскультурная коммуникативная компетентность относится к интегративной теории-практике и позволяет осознанно применять навыки межкультурного взаимодействия, которые мы приобрели с помощью чувств. В частности, это относится к процессу преобразований, связывающему межкультурные знания и компетентную практику. Открытость, эмпатия, толерантность и гибкость мышления и поведения, самосознание, знание своих и чужих культур, устойчивость к стрессу, коммуникабельность и передача навыков (в том числе знание иностранного языка) являются компонентами, которые играют важную роль в создании целесообразности и эффективности межкультурного взаимодействия. Открытость, не только к новой информации, но и к различным точкам зрения также является важной

особенностью осознанности. Как только мы попробуем внимательнее относиться к взглядам других, чем к нашим собственным, мы поймем, что существует столько же разных взглядов, сколько и наблюдателей. Этот процесс субъективный, подвергающийся значительным частным и контекстуальным изменениям. Однако в значительной степени на этот процесс способны повлиять культурные факторы, что приводит к недооценке людьми друг друга, к формированию впечатления и закреплению стереотипа. Пол Розенфилд определяет управление впечатлениями как «процесс, посредством которого люди стремятся контролировать или влиять на впечатления, производимые другими людьми» [2]. Его часто называют самопрезентацией в случае, когда это касается качеств, которыми человек хочет выразить себя. Очень часто управление впечатлениями является бессознательным процессом. Случается, что впечатление оказывается обратным, потому что любое поведение можно интерпретировать неоднозначно. При любом взаимодействии, если люди хотят произвести нужное впечатление, а их собеседники готовы принять это, при наличии у них общих знаний (лингвистических, прагматических, социопрагматических и знаний о мире) и схожих ценностей желаемый эффект будет достигнут. И наоборот, чем больше их различия, тем более проблематичным будет этот процесс. Это происходит потому, что установка восприятия и результирующая избирательность восприятия, которые это знание и эти ценности формируют у участников коммуникации, могут привести к несоответствию между впечатлениями, которые люди хотели бы передать и впечатлениями, которые воспринимаются. В межкультурном диалоге это часто бывает проблематично.

Другим очень важным фактором, который может быть включен в процесс восприятия впечатлений, является создание стереотипов. Несмотря на широкое использование термина «стереотип», нет никакого единого мнения среди социальных психологов относительно его точной характеристики. До сих пор существуют расхождения во мнениях по следующим вопросам: насколько стереотипы точны/неточны в своих обобщениях (например, есть ли в них зерно истины?), плохи ли они (например, они придают особое значение только отрицательным особенностям групп или также включают положительные?), и должны ли стереотипы быть использованы среди большого числа людей, а не приписываться только одному представителю нации. У стереотипирования есть три особенности: классификация людей, консенсус по приписанным особенностям и несоответствие между приписанными и фактическими

особенностями [1]. Нам близка трактовка стереотипа как положительного или отрицательного набора убеждений индивидуума о характеристиках группы людей. Он изменяется в зависимости от степени, в которой члены группы обладают этими характеристиками, и от степени, в которой набор убеждений разделяют другие. Однако такое обобщение не всегда приводит к «точным» оценкам, и одной из причин является сложность соотношения между категорией и особенностями. Девид Шнайдер различает три типа особенностей:

1. Существенные особенности. Они очень важны для членства в категории и, как правило, одновременно исключают принадлежность другой категории. Например, нельзя быть одновременно «пенсионером» и «несовершеннолетним»;

2. Отличительные особенности. Эти характеристики мы используем, чтобы определить участников категории. Например, чтобы определить возраст человека, мы обращаем внимание на цвет волос, количество морщин, осанку и т.д.;

3. Приписанные особенности. Данные черты могут быть неточными. Например, про «лиц старшего возраста», мы можем думать, что у них много свободного времени, они не могут быть в отличной физической форме, имеют плохую память и т.д.

Приведем несколько примеров с сайта <http://ru.turkrus.com/> (пунктуация и орфография в оригинале), где своими рассуждениями делятся россияне, проживающие в Турции.

«...Заблуждения о России: "Водка, девочки, мафия" Однажды в банке клерк полушепотом и с заговорщицким лицом спросил у моего любимого: «Вы же русский, да? И в Турции живете? Слушайте, а скажите, как же вы тут живете – где вы берете водку?»

«...А вот моей подруге Irenka родом из Сибири, живущей в Турции, постоянно приходится доказывать, что медведя у нее там дома не было и даже снег периодически таял.»

Эти примеры иллюстрирует тип «несправедливого» формирования впечатлений, которое поддерживается стереотипами.

Несомненно, стереотипизированные представления могут препятствовать адекватному формированию впечатлений. Можно выделить ряд причин, согласно которым стереотипы могут препятствовать эффективной межкультурной коммуникации. Стереотипы скрывают индивидуальные особенности, приписывая характеристики всем членам группы. Стереотипы могут фиксировать ошибочные представления, которые принимаются за истинные. В определенной мере сохраняя в себе действительные характеристики, стереотипы, несомненно, искажают реальность и способствуют формированию неверного представления об участниках межкультурной коммуникации.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

Schneider D.J. The psychology of stereotyping. London, Guilford Press, 2004. p.704.

Rosenfeld P, Giacalone R.A. Reordan C. Impression Management: building and enhancing reputations at work. London, Thompson Learning, 2002. p.166.

<http://ru.turkrus.com>