

себя в работе, наблюдается значительное количество состоятельных, но одиноких людей. К невербальным компонентам американской культуры является наличие личного пространства, по сравнению с белорусами у них его намного больше, и оно гораздо лучше защищено. Во время общения с американцами можно заметить своего рода большой оптимизм, во время общения им свойственно наличие улыбки. Белорусам свойственна серьезность во время общения. Однако есть и схожие черты такие как: гостеприимство, толерантность, патриотизм. В межкультурных коммуникациях следует учитывать индивидуальные особенности поведения каждого народа.

Г.Хофстеде в 1990-е гг. разработал модель изучения национальных культур по пяти переменным: дистанция власти, индивидуализм, мужественность, стремление избежать неопределённости, долгосрочность ориентаций. Данные по России можно распространить (с приемлемой степенью погрешности) на Беларусь.

Список литературы

1. Кузнецова Т. История американской культуры – Ростов-н-Дону: Издательство «Человек», 2010. – С.37.
2. Межкультурные коммуникации и традиции в Республике Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://samzan.ru/153834> – Дата доступа: 23.10.2017
3. Межкультурные коммуникации в США [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://cult.bobrodobro.ru/9577> – Дата доступа: 23.10.2017
4. Леонтович О. «Русские и американцы: парадоксы межкультурного общения» – Москва: Гнозис, 2010. – С.352.

УДК 330

РОЛЬ ЭТНОКУЛЬТУРНЫХ СТЕРЕОТИПОВ В ПРОЦЕССЕ МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ

Кленицкая А.И., Василюк П.И., Мороз В.В.

*Белорусский государственный экономический университет
e-mail: dke_bseu@mail.ru*

Abstract. *The article examines the role of stereotypes in intercultural communication as natural psychological mechanisms that allow to lay the flow of impressions into familiar schemes and standards. Negative characteristics of stereotypes are also considered.*

Key words: *intercultural communication, culture, stereotypes, prejudices, image of another.*

Этнический стереотип – упрощенный, схематизированный, эмоционально окрашенный и весьма устойчивый образ какой-либо этнической группы, легко распространяемый на всех ее представителей.

Различают два вида этнических стереотипов: автостереотипы – представления о своей этнической общности и гетеростереотипы – представления о других народах. Гетеростереотипы формируются как в результате личных встреч с представителями других культур, так и под влиянием литературы, кино, рекламы, средств массовой информации. Благодаря распространенности подобных источников при встрече с иностранцами человек обладает набором уже имеющихся стереотипов.

Немецкая точность, английская вежливость, французская галантность, итальянская темпераментность, финская медлительность, русский «авось» – все это стереотипные представления. Формирование стереотипов связано с историей межнационального и межкультурного взаимодействия разных народов.

Стереотипы играют большую роль в восприятии, осмыслении и оценке окружающей реальности, прогнозировании событий и реакции на них. Встречаясь с представи-

телями других культур, человек проявляет естественную склонность воспринимать их поведение с позиции своей собственной. Невозможно быть полностью избавленным от национальных стереотипов. Психологические исследования показывают, что даже частые контакты с другими народами могут лишь увеличивать имеющиеся стереотипы. Причина заключается в том, что люди склонны к тому, чтобы при наблюдении за другими людьми обращать внимание на те особенности поведения, которые подтверждают уже имеющиеся представления [2].

Основная причина возникновения национальных стереотипов – это человеческая склонность делить людей на «своих» и «чужих». Образы Чужого неразрывно связаны с образами себя, с личными или коллективными представлениями о самих себе. Представления о Чужом расположены между двумя полюсами враждебности и очарованности. Образы Чужого – это социальные конструкты. Другое, чуждое, непривычное, не укладывающееся в стандарты собственной культуры, часто воспринималось как угроза.

За стереотипами часто не удается выявить индивидуальные особенности людей, так как предполагается, что все члены группы обладают одинаковыми чертами. Стереотипизация предлагает слишком статичный взгляд на общество и человека, транслируя ошибочные и устаревшие представления и давая тем самым искаженные представления о другой культуре.

Однако следует различать стереотипы и предрассудки. Если стереотипы могут содержать в себе и позитивную оценку другой культуры, то предрассудки оценивают имеющиеся межгрупповые различия более негативно и порой враждебно. В качестве наиболее известных примеров можно привести отношение к чернокожему населению США до середины XX в. или антисемитизм в Третьем рейхе [3].

Таким образом, при общении с представителями других культур следует учитывать наличие как у них, так и у себя определенных клише и при необходимости корректировать ошибочные или устаревшие представления. «Осознание стереотипности собственного мышления, понимание того, что стереотипы могут искажать реальность, придавая индивидуальной личности черты, приписываемые целой группе людей (например, нации), помогает адекватно реагировать в ситуации межкультурного общения и дает возможность взглянуть на нее глазами партнера». В области восприятия чужого степень стереотипизации зависит от объема знаний о другой культуре. В последние десятилетия с ростом глобализации происходит увеличение межкультурных контактов между людьми – благодаря туризму, школьным и студенческим обменам, экономическим, политическим и культурным связям. Поэтому появляется возможность получать более объективную, дифференцированную информацию о других культурах, несводимую лишь к стереотипным представлениям.

Литература

1. Тен Ю.П. Культурология и межкультурная коммуникация. – Ростов-н-Дону: Феникс, 2007. – С. 93.
2. Рот Ю. Межкультурная коммуникация: учеб.-метод. пособие. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2006. – С. 105.
3. Садохин А.П. Теория и практика межкультурной коммуникации. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2004. – С. 203.
4. Layes G. Interkulturelles Identitätsmanagement // Handbuch Interkulturelle Kommunikation und Kooperation. Bd. 1 (hrsg. von A. Thomas, E.-U. Knast, S. Schroll-Machl). – Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht, 2005. – S. 117–125, 123.