

## **МІЖКУЛЬТУРНА КОМУНІКАЦІЯ**

**Миколишина Я.В.**

*студентка,*

*Науковий керівник: Дорощєва О.М.*

*кандидат філологічних наук, доцент,*

*Хмельницький національний університет*

### **ВПЛИВ СОЦІОКУЛЬТУРНИХ СТЕРЕОТИПІВ НА ПРОЦЕС МІЖКУЛЬТУРНОЇ КОМУНІКАЦІЇ**

Наприкінці ХХ – початку ХХІ ст. світ розпочав свою трансформацію на абсолютно нових для того часу так званих глобалізаційних засадах. Як пояснює С. Л. Удовік, глобалізація – це суть та квінтесенція сучасного етапу розвитку всього світу; сучасний етап дозрівання цивілізації в масштабах людства; соціальний процес, у ході якого стираються географічні кордони соціальних і культурних систем, а населення все більше усвідомлює зникнення цих кордонів [1]. Глобальні процеси охопили майже всі сфери сучасного життя, і зупинити цей процес вже неможливо, тому залишається лише пристосуватись до нього.

Глобалізація має досить вагомий вплив на процес міжкультурної комунікації. На думку І. О. Василенка, глобалізаційні процеси сприяють зближенню різних культур для створення спільного духовного простору і розуміючи невідворотність цих процесів, людство прагне досягти взаєморозуміння між представниками різних культур. І саме міжнародна комунікація, що, насамперед, передбачає знання не тільки мови, але й психології, менталітету, матеріальної та духовної культури іншого народу є одним із дієвих інструментів на цьому шляху [2].

Об'єктом цього дослідження є соціокультурні стереотипи у процесі міжнародної комунікації. Предметом дослідження виступає, власне, вплив соціокультурних стереотипів на процес міжкультурної комунікації.

Феномен «стереотипу» досліджувався вченими з огляду на різні аспекти проблеми:

- як один із механізмів соціалізації (Е. Еріксон, Б. Паригіна, О. Бодалева, Дж. Мід);
- як чинників створення етнічної картини світу (У. Ліппман, Ю. Пророхов, В. Красних);
- як основи національного характеру (А. Вежбицька, Е. Бартмінський, Ю. Сорокіна);

Серед українських дослідників, які займались вивченням виникнення та функціонування соціокультурних стереотипів можна виділити: С. Кримського, Ю. Римаренка, В. Січинського, П. Гнатенка, В. Павленка та інших.

Під процесом міжкультурної комунікації переважно розуміють взаємодію щонайменше двох представників різних національних культур. Власне, соціокультурні стереотипи є однією з багатьох причин, які можуть створювати певні перешкоди для порозуміння та ускладнювати процес зближення культур в цілому.

Поняття «стереотип» вперше було запропоноване відомим американським журналістом У. Ліппманом у праці «Суспільна думка» у 1922 році. На його думку, стереотипи – це упереджені думки та переконання, що формуються в суспільстві під впливом засобів масової інформації та рішуче керують усіма процесами сприйняття [3].

Згідно «Глосарію міжкультурної комунікації», стереотипи вважаються узагальненням переважаючих характеристик культури та формують упереджену думку щодо групи людей або індивіда [4, с. 54].

Сучасні дослідники виокремлюють такі види стереотипів: етнічні, вікові, професійні та групові, причому найбільш поширеними вважаються саме етнічні стереотипи. Досліджували ці стереотипи американські вчені К. Брейлі та Д. Кац та запропонували таке визначення цьому поняттю: етнічний стереотип – це «стійка думка, яка мало узгоджується з тими реаліями, які вона прагне уявити, через притаманну людині властивість спочатку визначити явище, а потім вже його спостерігати» [5, с. 288–289]. В основу таких стереотипів ми підсвідомо закладаємо якусь характерну рису зовнішності, характеру чи поведінки людини, яка у нашому розумінні притаманна тій чи іншій етнічній групі.

Завдяки дослідженню Голівець Н.О. можна простежити асоціативні категорії, що формують культурні стереотипи на прикладі США та Фінляндії, а також проаналізувати схеми формування культурних стереотипів та їх роль в міжкультурній комунікації. Дослідження було проведене за допомогою методу анкетування та подальшої статистичної обробки даних. Загальне число респондентів, які взяли участь в опитуванні, становить 170 осіб [6].

За результатами експерименту, стереотипне сприйняття Сполучених Штатів Америки серед опитаних складається з наступних елементів: фаст-фуд (67 реакцій), Голівуд (37), Нью-Йорк (36), президент (30), гроші (23) і війни (14) (див. рис. 1):



**Рис. 1. Культурний стереотип «США»**

*Джерело: [6]*

Проаналізувавши отримані реакції, можливо побудувати стереотип «Фінляндія» враховуючи такі елементи: зима (99 реакцій), Різдво (26), північ (23), сауна (18), риболовля (14), зимові види спорту (12) та Гельсінкі (11) (див. рис. 2):



**Рис. 2. Культурний стереотип «Фінляндія»**

*Джерело: [6]*

Отже, процес стереотипізації є частиною людської природи. Він відбувається, коли людина свідомо чи несвідомо класифікує іншу людину або групу людей на основі спрощених понять, концепцій чи переконань. Це створює перешкоди для комунікації на робочому місці і перешкоджає творчому мисленню та командній роботі [6]. Позитивним впливом соціокультурних стереотипів на процес міжкультурної комунікації можна вважати те, що вони допомагають отримати і використовувати основні відомості про інші країни та її громадян, що допомагає подолати так званий «культурний бар'єр». Проте, не слід покладатися лише на ці стереотипи для проведення успішної міжкультурної комунікації, адже вони є лише одним із чинників, які необхідно брати до уваги при спілкуванні. Учасникам міжкультурної комунікації важливо розпізнавати та розуміти відтворювані ними стереотипи і бути переконаними, що вони не діють на підставі цих стереотипів. Саме тому проблема побудови адекватної поведінки з урахуванням чинних стереотипів залишається актуальною.

### **Список використаних джерел:**

1. Удовик С. Л. Глобализация: семиотические подходы. – К.: Ваклер, 2002. – 480 с.
2. Василенко І. О. Спроба подолання соціокультурних стереотипів у процесі міжкультурної комунікації / Василенко І. О. // Стратегії міжкультурної

комунікації в мовній освіті сучасного ВНЗ [Електронний ресурс] : зб. матеріалів IV Міжнар. наук.-практ. конф., м. Київ (15 берез. 2018 р.) / М-во освіти і науки України, ДВНЗ «Київ. нац. екон. ун-т ім. В. Гетьмана» ; редкол.: І. А. Колеснікова (голова) [та ін.]. – Електрон. текстові дані. – Київ: КНЕУ, 2018. – С. 133–136. – Назва з титул. екрану

3. Липпман У. Общественное мнение / У. Липпман. Пер. с англ. Т. В. Барчунова, под ред. К. А. Левинсон, К. В. Петренко. – М.: Институт Фонда «Общественное мнение», 2004. – 384 с.

4. Goshylyk V. Glossary of Intercultural Communication / V. Goshylyk, N. Goshylyk. – Ivano-Frankivsk: Vasyl Stefanyk Precarpathian National University Press, 2010. – 64 p.

5. Katz D., Braly K. Racial Stereotypes in One Hundred College Students / Journal of Abnormal and Social Psychology. 1933. Vol. 28. P. 280–290.

6. Формування і роль стереотипів в міжкультурній діловій комунікації / Н.О. Гулівець // Культура народів Причорномор'я. – 2014. – № 271. – С. 32–37. – Бібліогр.: 5 назв. – укр.