**Стереотипы национальной культуры в межкультурном общении**

**Введение**

Тема исследования – понятие “стереотип” в национальной культуре, восприятие, понимание, перевод стереотипов.

Каждый язык по-своему членит мир, имеет свой способ его концептуализации. У каждого народа, каждой нации есть свои собственные представления об окружающем мире, о людях, о представителях другой культуры. В обществе складываются определенные стереотипы – как относительно самих себя, относительно поведения и традиций в пределах своего культурного пространства, так и относительно представителей другого языкового и культурного пространства. Актуальность темы вызвана интересом исследователей к вопросам взаимодействия языка, культуры, психологии народа. Феномен и понятие “стереотип” привлекает большое внимание исследователей, многие ученые (У. Липпман, И.С.Кон, Ю.А. Сорокин, И.Ю. Марковина, А.В. Павловская, Н.В. Уфимцева, В.В. Красных и др.) занимаются изучением данной проблемы. Новизна исследования заключается в том, что феномен стереотипа будет рассматриваться в широком понимании – как понятие, включающее в себя представления одной нации о культуре другой нации в целом. Цель работы – исследовать взаимодействие понятий стереотип и национальный характер, выявить особенности отражения национальной культуры в стереотипах, изучить восприятие и понимание стереотипов в произведениях художественной литературы..

В процессе работы предстоит решить следующие задачи:

исследовать понятие стереотип в когнитивной лингвистике, этнолингвистике, психологии, когнитологии, социальной психологии;

установить взаимосвязь между понятиями “стереотип” и “национальный характер”;

выявить роль стереотипов в межкультурной коммуникации, изучить влияние стереотипов на процесс социокультурного взаимодействия; установить виды стереотипов, которые могут являются причиной конфликта в межкультурном общении;

рассмотреть классификации стереотипов, установить, как стереотипы влияют на отношения между людьми внутри одного языкового и культурного пространства;

изучить влияние фоновых знаний на понимание культуры другого народа, сопоставить понятие фоновых знаний и стереотипа;

изучить особенности восприятия и понимания стереотипов в художественном тексте,

исследовать вопрос взаимодействия языковой картины мира и стереотипов культуры;

изучить особенности перевода и воссоздания значения стереотипов в художественном тексте, исследовать способы достижения понимания реципиентом стереотипов чужой культуры, разрешения конфликта культур в художественном переводе.

Методы исследования – изучение литературы по психологии, лингвистике, когнитологии, посвященной проблемам взаимодействия языка и культуры, анализ художественных текстов с целью установления использования в них национальных стереотипов культуры, изучения вопросов, связанных с переводом подобных текстов.

Стереотипы национальной культуры в межкультурном общении

Понятие “стереотип” в современных исследованиях: в когнитивной лингвистике, этнолингвистике, психологии, когнитологии и социальной психологии.

На протяжении длительного времени ведется полемика об определении понятия “стереотип”, делаются попытки выявить пути формирования и распространения национальных стереотипов в обществе, обсуждается вопрос о влиянии их на отношения между народами. Нет единого мнения среди исследователей и относительно правомерности использования самого слова “стереотип”. В научной литературе можно встретить различные термины – национальные стереотипы, этнические предрассудки, этнические представления, национальные образы и другие, выражающие одно и то же явление. Национальные стереотипы изучаются в разных науках - – социологии, психологии, политологии, филологии, истории. В некоторых странах существует самостоятельное междисциплинарное направление, исследующее происхождение, функционирование, влияние на состояние общества стереотипных представлений. Это направление получило название “имагология” (во французском языке) или “имэджинология” (в английском языке).

Термин “стереотип” (греч. stereos – твердый, typos - отпечаток) введен в научный оборот американским социологом У. Липпманом. В книге “Общественное мнение”, вышедшей в 1922 г., он сделал попытку определить место и роль стереотипов в системе общественного мнения. Под стереотипом Липпман понимал особую форму восприятия окружающего мира, оказывающую определенное влияние на данные наших чувств до того, как эти данные дойдут до нашего сознания. [цит. по Lippman W. Public Opinion. N.Y.,1950, p.95; 23, с.95]. По мнению Липпмана, человек, пытаясь постичь окружающий его мир во всей его противоречивости, создает “картину в своей голове” относительно тех явлений, которые он непосредственно не наблюдал. Человек имеет ясное представление о большинстве вещей еще до того, как он с ними непосредственно столкнулся в жизни. Подобные представления-стереотипы формируются под влиянием культурного окружения данного индивидуума: “В большинстве случаев мы не сначала видим, а потом даем определение, мы сначала определяем для себя то или иное явление, а потом уже наблюдаем его. Во всей ... неразберихе внешнего мира мы выхватываем то, что навязывает нам наша культура, и мы имеем очевидную тенденцию воспринимать эту информацию в форме стереотипов “[там же, p.81]. Стереотипы позволяют человеку составить представление о мире в целом, выйти за рамки своего узкого социального, географического и политического окружения. Липпман пишет о том, что стереотипы так настойчиво передаются из поколения в поколение, что часто воспринимаются как данность, реальность, биологический факт. Если же личный опыт противоречит стереотипу, чаще всего происходит одно из двух: человек негибкий, незаинтересованный по каким-то причинам в изменении своих взглядов, либо просто не замечает этого противоречия, либо считает его исключением, подтверждающим правило, и обычно просто забывает о нем. Человек же восприимчивый, любознательный при столкновении стереотипа с реальностью изменяет свое восприятие окружающего мира. Липпман не считает стереотипы однозначно ложными представлениями. По его мнению, стереотип может быть правдой, или частично правдой, или ложью. Липпман не только ввел в научный оборот термин “стереотип”, дал ему определение, но и подчеркнул важность этого явления. “Система стереотипов, - писал он, - возможно, является стержневой в нашей личной традиции, она защищает наше место в обществе, ... а также сохраняет время в нашей занятой жизни и помогает нам спастись от сбивающих с толку попыток увидеть мир устойчивым и охватить его целиком” [там же, p.95, 114]. При таком понимании стереотипа выделяются две его важные черты – детерминированность культурой и быть средством экономии трудовых усилий, и соответственно, языковых средств. Если алгоритмы решения математических задач экономят мышление человека, то стереотипы “экономят” саму личность.

В 20-30-е гг. в Америке появился ряд оригинальных работ, преимущественно посвященных проблемам общественного мнения, продолжающих разработку теории стереотипов. Так, социолог Р. Бинкли называет стереотип “величайшим всеобщим знаменателем”[ цит. по Binkley Robert C. The Common Concept of Public Opinion in the Social Sciences // Social Forces.1928.Vol.6, p.393; там же, с.96 ]. По мнению ученого, наличие стереотипов позволяет обывателю адекватно оценивать политическую ситуацию, слишком сложную для его анализа и слишком удаленную от сферы его деятельности. Еще в одной работе, вышедшей в конце 30-х гг., рассматриваются два мира, в которых живет каждый человек. Один из них – “внешний мир” – включает в себя то, что с нами происходит, то, что мы сами видели, чувствовали, оценивали. Этот мир невелик. Бо́льшую же часть знаний о мире мы получаем из различных источников через язык, что и образует так называемый “вербальный мир”. Соотношение между этими мирами такое же, как между картой и той реальной территорией, которую она представляет.

Если Липпман заложил теоретические основы изучения стереотипов, то американские ученые Д. Кац и К. Брейли в 1933 г. разработали методику, получившую впоследствии широкое распространение и на долгие годы ставшую определяющей для исследователей национальных стереотипов. Сто студентов Принстонского университета приняли участие в проводимом ими эксперименте. Из списка, содержащего 84 характеристики, студентам предлагалось выбрать те, которые, с их точки зрения являются основными для десяти этнических групп (негров, немцев, евреев, итальянцев, англичан, ирландцев, американцев, японцев, китайцев и турок). Результаты, полученные в ходе эксперимента, показали, что в большинстве случаев студенты удивительно единодушны в определении характерных, по их мнению, черт, присущих той или иной этнической группе. В работе, анализирующей результаты эксперимента, Кац и Брейли дают следующее определение: “Этнический стереотип – это устойчивое представление, мало согласующееся с теми реалиями, которое оно стремится представить, и вытекающее из присущего человеку свойства сначала определить явление, а потом уже его пронаблюдать”[цит. по Katz D., Braly K. Racial Stereotypes in One Hundred College Students // Journal of Abnormal and Social Psychology, 1933, Vol.28, p.288-289, там же, с.96].

Вторая мировая война дала новый толчок к изучению этнических стереотипов. Она отчетливо показала, какую большую роль играют традиционные устойчивые представления народов друг о друге, как важно изучать пути формирования (а, следовательно, и воздействия) подобных представлений.

С конца 40-х гг. появляется новая волна интереса к изучению этнических стереотипов, Так, по инициативе ЮНЕСКО было проведено широкомасштабное исследование с целью выявления того 1) как представители одной страны воспринимают народы других стран; 2) какие факторы определяют их восприятие. Надо отметить, что этот период начала холодной войны характеризуется повышенным интересом к России, русскому национальному характеру. Опрос ЮНЕСКО проводился в следующих странах: Австралии, Англии, Германии, Франции, Италии, Нидерландах, Норвегии, США. Участникам опроса предлагалось выбрать из 13 определений те, которые, по их мнению, характеризуют русских, американцев, англичан, французов, китайцев и их самих. Разница между положительными и отрицательными ответами определила так называемый “знаменатель дружественности”[цит. по BuchananW., Cantril H. How Nations See Each Other, Urbana, 1953, там же, с.97].

Большинство работ, посвященных проблемам исследования этнических стереотипов, вышедших в свет в рассматриваемый период, основано на материалах этих опросов. Психолог О. Кленберг, проанализировав результаты опросов, определил понятие “этнический стереотип” следующим образом:

”... это картина в умах людей, относительно их собственной или других национальных групп. Подобные образы или представления обычно широко распространены в обществе; как правило, они чрезвычайно примитивны и невосприимчивы к обьективной реальности” [цит. по Klenberg O. Tensions Affecting International Understanding, 1950, p.93, там же, с.97 ].

В России проблемам изучения стереотипов не уделялось такого внимания, как на Западе. Вместе с тем в нашей стране был разработан ряд интересных и оригинальных концепций. Интересной и научно обоснованной представляется концепция Н.А. Ерофеева, в основе которой лежит исторический материал. Предваряя исследование, посвященное восприятию Англии в России в 1825-1853гг., теоретической главой, автор, хотя и отказывается от термина “стереотип”, уделяет значительное внимание проблемам восприятия одной нации другой. “Этнические представления – это как бы итог усвоенной информации, результат ее переработки и обобщенный вывод из нее, они нередко влияют на отношения между нациями, этническими группами и государствами” [цит. по Ерофеев Н.А. Туманный Альбион. М., 1982, с.11, 3, там же].

Среди многообразия проблем, вытекающих из определения понятия “стереотип”, можно выделить ряд наиболее важных и одновременно спорных, представляющих несомненных интерес для исследователя, занимающегося этническими стереотипами.

Одна из центральных проблем – наличие зерна правды в стереотипах. Единого мнения по этому вопросу нет. На бытовом уровне они воспринимаются как объективная реальность. Большинство же исследователей проблемы вслед за Липпманом, считавшим что “этот миф ... необязательно ложный. Он может полностью быть правдой. Он может частично быть правдой”, придерживаются “золотой середины”. Вместе с тем значительное число серьезных исследователей стоят на диаметрально противоположных позициях, ряд ученых подчеркивают тот факт, что в основе этнических представлений лежит объективная реальность.

С проблемой выяснения зерна правды неразрывно связан вопрос об устойчивости стереотипов. Если в основе стереотипа находится реальность, то он должен быть относительно устойчив, если же он целиком и полностью ложен, то он должен меняться в зависимости от исторической, международной и даже внутриполитической ситуации в той или иной стране. В соответствии с этим положением большинство авторов настаивает на изменчивости стереотипов или частичной изменчивости.

Многие исследователи считают этнические стереотипы явлением неизбежным, но опасным. По их мнению, опасны даже положительные стереотипы, так как они создают впечатление объективности и таким образом поддерживают всю систему стереотипов в целом. Большинство словарей отмечает, что слово “стереотип” имеет негативное значение. В качестве примера можно привести определение стереотипа, которое дает словарь-справочник по психологии, составленный Майком Кордуэллом: “Стереотип – жесткое, часто упрощенное представление о конкретной группе или категории людей. Поскольку мы вообще склонны к упрощениям, то формируем стереотипы для большей предсказуемости поведения других людей. Эти стереотипы часто имеют негативную природу и основаны на предрассудках и дискриминации. Стереотипы не обязательно являются ложными; обычно они содержат некое зерно истины. Их разделяет значительное количество людей, что в целом способствует их укоренению. Стереотипы могут меняться со временем, но их носителям часто бывает трудно избавиться от усвоенных представлений” [11]. Если же анализировать стереотип как представление, основанное на предрассудках, то через призму последних можно определить стереотип как предвзятое отношение к кому-либо на основе его принадлежности к конкретной группе или категории. Здесь подразумевается наличие категоричной оценки – либо позитивной, либо негативной, но в психологической литературе обычно имеются в виду негативные установки по отношению к данному человеку или группе.

В когнитивной лингвистике и этнолингвистике термин “стереотип” относится к содержательной стороне языка и культуры, то есть понимается как ментальный (мыслительный) стереотип, который коррелирует с картиной мира, Языковая картина мира и языковой стереотип соотносятся как часть и целое, при этом языковой стереотип понимается как суждение или несколько суждений, относящихся к определенному объекту внеязыкового мира, субъективно детерминированное представление предмета, в котором сосуществуют описательные и оценочные признаки и которое является результатом истолкования действительности в рамках социально выработанных познавательных моделей. Но языковым стереотипом можно считать не только суждение или несколько суждений, но и любое устойчивое выражение, состоящее из нескольких слов, например, устойчивое сравнение, клише и т.д.: лицо кавказской национальности, седой как лунь, новый русский.

Ю.А.Сорокин определяет стереотип как некоторый процесс и результат общения (поведения) согласно определенным семиотическим моделям, список которых является закрытым в силу тех или иных семиотико-технологических принципов, принятых в некотором социуме. Можно предположить, что стереотипизация (как результат) осознается индивидуумом в форме таких видовых понятий как стандарт и норма (родовым в этом случае выступает понятие стереотип), причем стандарт является реализацией некоторой семиотической и/или технологической модели на социальном и социально-психологическом уровнях, а норма является реализацией такой модели на языковом и психологическом уровнях.

Такое понимание понятий позволяет разграничивать языковое и неязыковое поведение, и на основе этого можно сделать вывод, что стандарт - это неязыковая, социально-психологическая реальность, существующая на языковом уровне, выраженном нормой. Стереотип же является общим понятием, включающим в себя и норму, и стандарт.

Причины появления стереотипов анализируются и в когнитивных теориях, а также в рамках социальной психологии. Эти области науки изучают, в какой степени наши мысли зависят от непосредственного общественного контекста и, в свою очередь, влияют на наше поведение в обществе. Когнитивные теории акцентируют нашу потребность классифицировать людей, так как это упрощает способ восприятия окружающего мира. Люди обладают способностями для обработки информации об окружающем мире, поэтому они пользуются когнитивными обобщениями (в число которых входят и стереотипы), чтобы максимально уменьшить нагрузку на мышление. Люди разрабатывают схемы, отражающие их знания о самих себе, о других и их общественных ролях. Когда эти схемы закрепляются, они определяют наш способ обработки информации и формирования суждений о себе и других.

Итак, проанализировав понятие “стереотип” в различных науках, можно сделать следующие выводы:

каждый человек обладает индивидуальным личным опытом, особой формой восприятия окружающего мира, на основе которого в его голове создается так называемая “картина мира”, включающая в себя объективную (инвариантную) часть и субъективную оценку действительности индивидуумом, стереотип является частью этой картины;

большинство лингвистов, занимающихся изучением данной проблемы, отмечают, что основной чертой стереотипов является их детерминированность культурой - представления человека о мире формируются под влиянием культурного окружения, в котором он живет;

стереотипы разделяет большинство людей, но они могут меняться в зависимости от исторической, международной, а также внутриполитической ситуации в той или иной стране;

многие ученые отмечают, что стереотипы в большинстве случае бывают ложными;

стереотип – это не только ментальный образ, но и его вербальная оболочка, то есть стереотипы могут существовать и на языковом уровне – в виде нормы.

Таким образом, на основе сделанных выводов можно сформулировать определение понятия “стереотип”:

стереотип – это относительно устойчивый, обобщающий образ или ряд характеристик (нередко ложных), которые, по мнению большинства людей, свойственны представителям своего собственного культурного и языкового пространства, или представителям других наций;

стереотип – это представление человека о мире, формирующееся под влиянием культурного окружения (другими словами, это культурно-детерминированное представление), существующее как в виде ментального образа, так и виде вербальной оболочки, стереотип – процесс и результат общения (поведения) согласно определенным семиотическим моделям. Стереотип (как родовое понятие) включает в себя стандарт, являющийся неязыковой реальностью, и норму, существующую на языковом уровне. В качестве стереотипов могут выступать как характеристики другого народа, так и все, что касается представлений одной нации о культуре другой нации в целом: общие понятия, нормы речевого общения, поведения, категории, мыслительные аналогии, предрассудки, суеверия, моральные и этикетные нормы, традиции, обычаи и т.п.

В дипломной работе используется второе определение стереотипа в его широком понимании в контексте национальной культуры.

**2. Взаимодействие понятий “национальный характер” и “стереотип”.**

В переводе с греческого "характер" - это "чеканка", "примета". Действительно, характер - особые приметы, которые приобретает человек, живя в обществе. Характер - это совокупность устойчивых индивидуальных особенностей личности, складывающаяся и проявляющаяся в деятельности и общении, обуславливая типичные для индивида способы поведения. Таким образом, характер имеет социальную природу, т.е. зависит от мировоззрения человека, содержания и характера его деятельности, от социальной группы, в которой он живет и действует, от активного взаимодействия с другими людьми. [цит. по А. В. Петровский, М. Г. Ярошевский "Психология" 2000 г., с. 475; 42]. Наличие у человека характера предполагает наличие чего-то значимого для него в мире, в жизни, чего-то, от чего зависят мотивы его поступков, цели его действий, задачи, которые он себе ставит или на себя принимает. Характер представляет внутренние свойства личности, но это не значит, что они в своем генезисе и существе определяются изнутри, системой внутренних органических или внутриличностных отношений. Напротив, эти внутренние свойства личности, составляющие ее характер, выражаясь в отношении к тому, что значимо для человека в мире, через отношение к миру и определяются [цит. по С.П. Рубинштейн "Основы общей психологии", с.620 – 621; 42].

Господствующая направленность человека, в которой проявляется его характер, означает активное избирательное отношение человека к окружающему. В идеологическом плане она выражается в мировоззрении, в психологическом - в потребностях, интересах, склонностях, во вкусах, т.е. избирательном отношении к вещам, привязанностях, т.е. избирательном отношении к людям. Характер теснейшим образом связан с мировоззрением. Характерное для человека поведение, в котором характер формируется, и проявляется, будучи его практическим отношением к другим людям, неизбежно заключает в себе идеологическое содержание, хотя и не всегда активно осознанное и не обязательно теоретически оформленное. Поскольку то или иное мировоззрение, переходя в убеждения человека, в его моральные представления и идеалы, регулирует его поведение, оно, отражается в его сознании и реализуясь в его поведении, существенно участвует в оформлении его характера.

Единство тех целей, которые оно перед человеком ставит, существенно обусловливает цельность характера. Систематически побуждая человека поступать определенным образом, мировоззрение, мораль как бы оседают и закрепляются в его характере в виде привычек - привычных способов нравственного поведения. Превращаясь в привычки, они становятся "второй натурой" человека. Можно в этом смысле сказать, что характер человека - это в известной мере его не всегда осознанное и теоретически оформленное мировоззрение, ставшее натурой человека. Каждый человек индивидуален по своему характеру, который зависит как от биологической предрасположенности, так (в большей степени) от тех условий, в которых живет и воспитывается человек, от нравственных устоев общества, моральных норм.

Однако, несмотря на индивидуальность характера отдельной личности, рассматривают некоторые общие черты характера некой социальной группы. В этом случае говорят о национальном характере. Что же это такое? Существует ли национальный характер вообще? Насколько правомерно обобщение типичных черт в масштабе целого народа, когда хорошо известно, что все люди – разные? Английская пословица на эту тему гласит: It takes all sorts to make a world [Мир составляют люди разного сорта]. Можно ли сказать, что It takes one sort to make a nation, то есть что народ составляют люди одного сорта? Или под национальным характером подразумевается стереотипный набор качеств, приписанных одному народу другими, часто не вполне дружественными?

Сложность и противоречивость этого понятия подчеркивает терминологический разнобой. Н.А. Ерофеев говорит об этническом представлении как “словесном портрете или образе чужого народа”[цит. по Н.А. Ерофеев. Туманный Альбион. Англия и англичане глазами русских. М., 1982, с.7; 29, с. 136], С.А. Арутюнян – о психологическом складе нации, представляющем собой “своеобразную совокупность разнопорядковых явлений духовной жизни народа”[С.М. Арутюнян. Нация и ее психический склад. Краснодар, 1966, с.23; там же, с.136]. Однако наиболее распространенным термином остается национальный характер.

В работах многих исследователей национальный характер предстает как специфическая совокупность реальных черт нации. Отмечая национальную специфику каждого народа, в нее включают: самосознание, привычки, вкусы, традиции, связанные с национальными чувствами, национальную культуру, быт, национальную гордость и национальные стереотипы в отношении к другим народностям. Выяснилось, что у большинства людей существуют весьма устойчивые стереотипы по отношению к определенному национальному характеру, т. е. убежденность, что представители одних наций демонстрируют достаточно стойкие представления о существовании у других наций конкретных комплексов черт. Важно, что часто эти стереотипы зависят от того, как эта нация "себя ведет" в данный временной период.

Ниже даны некоторые определения понятия национальный характер, приводимые Н.А. Ерофеевым:

“По мнению Д.Б. Парыгина, “не вызывает сомнения факт существования психологических особенностей у различных социальных групп, слоев и классов общества, а также наций и народов” [цит. по Д.Б. Парыгин. Общественное настроение. М., 1966, с.74; там же, с.136]. Из аналогичного взгляда исходит и Н. Джандильдин, который определяет национальный характер как “совокупность специфических психологических черт, ставших в большей или меньшей степени свойственными той или иной социально-этнической общности в конкретных экономических, культурных и природных условиях ее развития”. С.М Арутюнян, который также признает существование национального характера, или “психологического склада нации”, определяет его как “своеобразный национальный колорит чувств и эмоций, образа мыслей и действий, устойчивые и национальные черты привычек и традиций, формирующихся под влиянием условий материальной жизни, особенностей исторического развития данной нации и проявляющихся в специфике ее национальной культуры”.

Довольно распространенным является мнение о национальном характере, согласно которому это не совокупность специфических, своеобразных данному народу черт, но своеобразный набор универсальных общечеловеческих черт.

Приведем рассуждения о национальном характере Н.А. Ерофеева в его исследовании об Англии и англичанах глазами русских:

“На уровне бытового сознания существование у каждого народа национального характера не вызывает сомнений, является как бы аксиомой. Особенно часто эта мысль возникает во время пребывания в чужой этнической среде, даже самого краткого. Оно укрепляет убеждение в том, что люди этой общности о многих отношениях сильно отличаются от нашей: об этом свидетельствуют черты их жизни и быта, порой даже внешний облик людей, их поведение и пр. У наблюдателя невольно возникает вопрос: случайны ли эти особенности и отличия или они проистекают из одной общей и глубокой причины и коренятся в особой природе данного народа, его особом национальном характере? Может быть, поняв этот характер, мы без труда поймем все особенности данного народа? Национальный характер оказывается как бы ключом к объяснению жизни народа и даже его истории”.

Таким образом, можно сделать вывод: большинство исследователей придерживаются точки зрения, что национальный характер – это совокупность черт характера, присущих той или иной нации. Мы считаем такое понимание национального характера достаточно узким. Мы согласны с С.М. Арутюняном, который определяет национальный характер как совокупность черт характера, традиций, привычек той или иной нации, формирующихся под влиянием культурного и исторического развития данной страны. Таким образом, мы можем провести параллель между понятиями двумя основными понятиями нашей работы – между понятием национального характера и понятием стереотипа. Учитывая концепцию этих двух терминов в дипломной работе, можно сказать, что в нашем исследовании понятия “стереотип” и “национальный характер” почти равносильны друг другу, тождественны. Единственное различие заключается в том, что в этом случае понятие “национальный характер” является родовым, а понятие “стереотип” – видовым, то есть частью национального характера.

**3. Стереотип и межкультурная коммуникация.**

В процессе контакта с незнакомой (чужой) культурой складывается определенное отношение к ней. Носитель другой культуры традиционно воспринимается как “чужой”. Понятие “чужой” может связываться с носителями определенной культуры, контакты с которой наиболее интенсивны либо особо значимы для культуры реципиента.

В русской культуре XIX века представление о “всех чужих” связывалось чаще всего с французами, причем знание французского языка было знаком принадлежности к элите, к социальному слою, противопоставленному всем другим социальным слоям. Именно об этом в комедийном духе свидетельствует следующий диалог в “Женитьбе” Н.В.Гоголя: “А...на каком языке изъясняются в Сицилии? – А натурально, все на французском. – Все-с решительно”. [7, с.94]

В конце XIX – начале XX в. чаще “чужим” считается представитель немецкой культуры. Интересно, что в древнерусском языке всех иностранцев называли словом немец. Русская пословица XII века характеризует англичан: “Аглинские немцы не корыстны люди, да драться люты”. Впоследствии это слово было вытеснено словом чужеземец, а значение слова немец сузилось только до тех иностранцев, которые приезжали из Германии, Корень слова немец – нем-, от немой, то есть немец – это немой, не умеющий говорить (не знающий нашего языка) человек. В основе определения иностранца, таким образом, лежало его неумение говорить на родном, в данном случае русском языке, неспособность выразить себя словесно. Чужеземец из чужих земель и затем иностранец из иных стран, пришедшие на смену немцу, переставили акцент с владения языком на происхождение: из чужой земли, из иных стран. Смысл этого слова становится полным и ясным в противопоставлении: родной, свой – иностранный, то есть чужой, чуждый, принятый в иных странах. В этой оппозиции заложено столкновение между своим и чужим уставом, то есть налицо конфликт культур. Чтобы понять суть термина конфликт культур, нужно вдуматься в слово иностранный. Становится понятно, что именно родная культура объединяет людей и одновременно отделяет их от других, чужих культур, от культур иных стран. Иначе говоря, родная культура – это и щит, охраняющий национальное своеобразие народа, и глухой забор, отгораживающий от других народов и культур. Весь мир делится таким образом на своих, объединенных языком и культурой людей и на чужих, не знающих языка и культуры.

Противопоставление своей и чужой культуры может осмысляться и как оппозиция признаков “естественно – неестественно” (свое – это естественное, чужое – неестественное). Неестественным может считаться, что существуют люди, не понимающие или не говорящие на родном реципиенту языке (например: ”Вы даже, может быть, не поверите этому, что я вам доложу: мы жили тридцать четыре дня, и во все это время ни одного слова я не слыхал от них по-русски”.[ 7, с.94]); неестественным может считаться также то, что люди иначе, чем это принято в родной реципиенту культуре, выражают свои эмоции. Понимание своего как естественного, а чужого как неестественного может существовать и в образной форме: “Отчего же ты в Париж не уехал? Тебя звали. – Оттого, что я русский ... я без репы жить не могу! Там, в Париже, лягушками кормят” [цит. по Погодин Н., “Кремлевские куранты”, М., 1966, с.62; 28] , то есть репа как свое, привычное, русское, естественное лакомство противопоставляется употреблению в пищу лягушек, еды непривычной и нерусской, а потому неестественной.

Здесь уместно подробнее остановиться на таком виде стереотипов, как лакуны. Именно лакуны могут вызвать наибольшие проблемы в процессе межкультурной коммуникации, поскольку они, как правило, не воспринимаются носителями другой культуры.

Главной особенностью лакун является то, что они возникают в процессе общения, в ситуации контакта двух культур, обменивающихся текстами. Модель этого процесса общения можно представить следующим образом:

А Т Р Рис.1

КП}

Где А – автор текста, участник коммуникации; Р – реципиент текста, второй участник коммуникации; Т – текст культуры, с помощью которого осуществляется коммуникация; КП – культурное пространство, в котором происходит межкультурное общение; цепь. А Т Р обозначает

процесс общения.

Если систематизировать культурологические лакуны в соответствии с моделью процесса межкультурного общения, то все известные разновидности лакун можно поделить на четыре группы:

субъектные лакуны, отражающие национально-культурные особенности коммуникантов к различным лингвокультурным общностям (участки А и Р) (рис.1);

деятельно-коммуникативные лакуны, отражающие национально- культурную специфику различных видов деятельности в их коммуникативном аспекте (цепь А Т Р) (рис.1);

лакуны культурного пространства (ландшафта), если рассматривать процесс общения в широком смысле, или лакуны культурного интерьера, если рассматривать тот или иной конкретный коммуникативный акт (область КП) (рис.1);

текстовые лакуны, возникающие в силу специфики текста как инструмента общения; специфику текста могут составлять содержание, форма фиксации и воспроизведения или восприятия материала, ориентация на определенного реципиента, поэтика автора и т.д.[28, с. 114].

С темой данной работы наиболее тесно связаны лакуны первой и второй группы, то есть субъектные и деятельно-коммуникативные лакуны, поскольку первые возникают в связи с особенностями национального характера различных народов, а вторые глубоко раскрывают специфику видов деятельности, характерных для той или иной нации, то есть, по сути, способствуют пониманию возникновения стереотипов в разных обществах.

Итак, начнем с первой группы лакун. Их классифицируют как субъектные или же как национально-психологические лакуны. Эти лакуны возникают в результате несовпадения национально-психологических типов участников коммуникации. В соответствии с составляющими национальной психологии можно выделить несколько подгрупп субъектных лакун.

Существование “характерологических” лакун обусловлено специфическими особенностями национального характера носителей различных локальных культур. В результате межкультурного общения в одних культурах складываются определенные стереотипы в отношении других культур, в частности такие, которые фиксируют наиболее характерную для той или иной нации черту, слабее выраженную у других народов. Принято считать, например, что главное в английском национальном характере – уравновешенность, во французском – страстность, в американском – прагматичность, в немецком – пунктуальность. Пунктуальность можно рассматривать как относительную характерологическую лакуну для испанцев и латиноамериканцев в сравнении с носителями немецкой и голландской культур: пунктуальность высоко ценится у немцев и голландцев, но мало что значит для испанцев и еще меньше для латиноамериканцев [ цит. по И.С. Кон, К проблеме национального характера. // История и психология. – М., 1971, с.125-126; там же, с.114].

Необходимо отметить, что все характерологические лакуны относительны. Сами по себе черты характера являются общечеловеческими, в совокупности представляя собой некий инвариант характера народа, в национальных же вариантах характера эти общечеловеческие признаки занимают разные места в системе ценностей соответствующей культуры, различаясь по степени распространенности. Подтверждает это положение анализ такого присущего всем народам признака национального характера, как трудолюбие: ”...можно увидеть разницу между трудолюбием американцев и трудолюбием, например, немцев. Трудолюбие немца – это основательность, точность, шаблонность, добросовестность, дисциплинированность, предусмотрительность, но без размаха и риска. Трудолюбие американца – это размах, энергичная напористость, неиссякаемый деловой азарт, инициативность ...” [цит. по Феденко Н.Ф., Луганский Н.И., М., 1965, с.38; 28]. Таким образом, для американцев содержание такого признака, как трудолюбие, во многом не совпадает с тем, как понимают его немцы: явно выраженные организаторские данные, способность мгновенно ориентироваться в ситуации, характерные для американцев, являются лакунизированными для немцев, уравнивающих между собой понятия трудолюбия и дисциплины.

Особо следует сказать о группе “саморефлексивных” характерологических лакун, отражающих понимание и представление о себе носителей тех или иных культур. “Самопредставление” этноса (нации) представляет собой лакуну в том смысле, что оно отражает более глубокое проникновение в суть национального характера, чем то, на которое способны носители другой культуры. Иностранцу, например, трудно уловить смысл финского “сису”, определяющего основу финского национального характера. Словарь определяет это понятие как “запас жизненных сил, выносливость, выдержка, терпение, сила воли, мужество, смелость, смекалка” [цит. по Кучкина О. Зеленый цвет – цвет надежды. // Театр. – 1981 - № 4, с.140; 28]. В жизни “сису” проявляется, по словам самих финнов, как решимость перед лицом трудностей; финн обращается к “сису” как к резервуару энергии, когда все другие ресурсы уже исчерпаны. Сами финны говорят, что иногда “сису” означает упрямство, нежелание уступить, изменить распоряжение, признать, что был не прав, ставящее в затруднительное положение там, где необходимо быстро переориентироваться.

Таким образом, характерологические лакуны могут быть по меньшей мере трех видов:

лакуны, отражающие традиционное и в определенной мере стереотипное восприятие национального характера другого народа (например, “англичане уравновешенны”);

лакуны, отражающие несовпадения в том, как проявляются у разных народов аналогичные качества (например, трудолюбие);

саморефлексивные лакуны, отражающие то, как носители той или иной культуры понимают свой национальный характер (например, финское “сиcу).

Среди национально-психологических лакун следует выделить и такие, которые связаны с несовпадениями (национальными особенностями) “склада ума” носителей различных культур, - “силлогистические” лакуны. Исследователи отмечают более или менее значительные расхождения в этой области национальной психологии: немецкому мышлению присущи философская широта и глубина абстрагирования, мышлению англичан – стремление не прибегать к абстракциям; французам свойственна ярость и живость воображения, идеи для них предпочтительнее фактов; напротив, англичан отличает сдержанность воображения, они ориентируются на факты, числа, а не теории [цит. по Бромлей Ю.В.” Этнос и этнография”. – М., 1973, с.83-85; 28].

Национально-специфические особенности мышления представителей различных культур могут стать причиной возникновения “ментальных лакун”, которые относятся ко второй группе – к деятельно-коммуникативным лакунам. Существование ментальных лакун выявляется при решении реципиентом мыслительных задач, характерных для чужой лингвокультурной общности. Такого рода лакуны возникают, например, в тех случаях, когда носителям некоторой культуры предлагается отгадать загадку в переводе с другого языка. В этом случае реципиенты неспособны дать правильный ответ на загадку, отражающую специфику чужой культуры. В данном случае наличие лакун нарушает процесс межкультурного общения. Для того, чтобы это своеобразное межкультурное общение состоялось (то есть чтобы на загадки были даны правильные ответы), необходимо не только перевести тексты с одного языка на другой, но и построить их в привычной для носителя ПЯ (переводящего языка) форме, в соответствии с особенностями склада его ума, ввести традиционные для ПЯ культурно-энографические образы и символы.

Но не только вербальное поведение оказывается значимым в этом случае: с помощью мимического знака (или “снятием” такого знака, отсутствием ожидаемого знака) можно также сообщить некоторую специфическую информацию. В понятие “поведение” (носителей некоторой культуры) включается большое количество аспектов: кинесика (мимика, жесты), характерная для данной культуры; бытовое (повседневное) поведение, обусловленное традициями, обычаями, укладом жизни, принятыми в данной культуре, а также этикет общения, фрагментом которого является кинесика (кинесические лакуны), и повседневное поведение (рутинные лакуны). В первом параграфе данной работы уже было отмечено, что при исследовании мы будем руководствоваться более широким пониманием термина “стереотип”, включающего в себя не только набор характеристик, свойственных определенной нации, но и все понятия, относящиеся к культуре, традициям, обычаям того или иного народа. Следовательно, в понятие “стереотип” в контексте используемого нами определения входит и кинесика, и повседневное поведение, и этикет общения – стереотипы поведения, формирующиеся у человека под влиянием культурной среды, в которой он живет. Рассмотрим данные понятия более подробно.

Кинесические лакуны сигнализируют о специфике жестового и мимического кодов различных культур. Хорошим примером является конфронтативный характер русских и болгарских жестов, обозначающих согласие и несогласие (“да” и “нет”). Кинесические лакуны могут быть абсолютными и относительными: в русской культуре, например, отсутствует такой жест, как стук костяшками пальцев по столу в знак одобрения, уважения, распространенный в немецкой культуре [17, с.268] – таким образом для носителей русского языка этот жест является абсолютной лакуной; жест-рукопожатие в знак приветствия известен и в русской, и в английской культурах, но в русской культуру он используется гораздо чаще, чем в английской, являясь относительной лакуной для англичан. Принципиально важным является вопрос о том, как влияет наличие лакун на процесс межкультурного общения. Показательно в связи с этим следующее наблюдение: “... англичанина, приехавшего в Москву, утомляют традиционные русские приветствия, он жалуется, что у него “руки болят”, в результате – некоторые негативные впечатления и даже переживания” [5, с.157].

Жесты, используемые в той или иной лингвокультурной общности (этикетно закрепленные), могут не совпадать и по использованию вербальных и невербальных средств общения. Так, описывая ситуацию встречи и общения двух друзей без слов (приветствие кивком головы, “жестовое” приглашение идти вместе, отказ с помощью жеста и кивка головой, “жестовое” прощание), К.Пайк отмечает, что такого рода общение возможно в американской культуре между людьми близко знакомыми. В латиноамериканском регионе общение возможно и между незнакомыми людьми, например, почтовый служащий разговаривает жестами с бедно одетым клиентом.

Лакунизированный характер может иметь соотношение вербальных и невербальных средств в мужском и женском вариантах этикета общения, по сути являющихся стереотипами поведения, характерными для того или иного общества. Например, адыгскому мужчине часто достаточно взгляда, мимического движения, жеста в тех ситуациях, в которых женщина не обходится без речевых действий. [28, с.124]. И вообще, следует заметить, что поскольку мужчина и женщина принадлежат к различным социальным группам и выполняют различные социальные роли, то общество ждет от них определенных моделей речевого поведения. Мужской тип коммуникации – это менее гибкая, но более динамичная и менее ориентированная на собеседника коммуникация. Наиболее распространенный жанр коммуникации у мужчин – беседа-информация, а у женщин – частная беседа. Женский тип коммуникации более ориентирован на собеседника, на диалог, на подчиненную роль в общении, где мужчина выбирает и меняет тему разговора.

С одной стороны, общество выработало такие стереотипы поведения, согласно которым женщина играет подчиненную роль при мужчине, она должна быть хорошей хозяйкой, способной выполнять любую работу, должна быть доброй, терпеливой, послушной, нежной, верной, красивой. Отсутствие мужа в этой модели рассматривается как отход от нормы, а уход от мужа – как бунт. С другой стороны, женщина при этом всегда негативно оценивается мужским обществом, свидетельством чему являются философские, исторические, литературные дискурсы, политические события.

Язык зафиксировал патриархальную установку: в нем прочно закрепились стереотипы, согласно которым женщине присуще многие пороки, поэтому сравнение с ней мужчины – всегда несет негативную окраску: болтлив, любопытен, кокетлив, самовлюблен, капризен, истеричен как женщина, женская логика; женщину же сравнение с мужчиной только украшает: мужской ум, мужская хватка, мужской характер. [18, с.126, 128]. Женщине приписывается неумение дружить и хранить тайны, глупость, алогичность: бабе дорога от печи до порога, бабьи умы разоряют дома; в английском языке: A woman's advice is best at a dead lift ( у бабы волос долог, да ум короток). В многочисленных пословицах и поговорках о женщинах сквозит пренебрежение и покровительственный тон: мое дело сторона, а муж мой прав; мужнин грех за порогом остается, а жена все домой несет; женщина льстит – лихое норовит; в английском языке: If I never see you again, it’ll be too soon (баба с возу – кобыле легче).

В подгруппу кинесических лакун могут входить мимические лакуны, возникающие при несовпадении мимических кодов, существующих в тех или иных культурах. Одним из мимических знаков является улыбка. В различных культурах улыбки могут, в зависимости от существующих этикетных норм, иметь различную иконографию и значения.

В наше время, когда международные контакты становятся все более массовыми и интенсивными, проблема улыбки неожиданно встала особенно остро. Одна из странных особенностей представителей русской культуры в глазах Запада – это мрачность, неприветливость, отсутствие улыбки. Русские не улыбаются, они неулыбающаяся нация, и поэтому с ними надо быть настороже: от этих мрачных типов можно ожидать чего угодно.

Русские же люди, попав в англоязычный мир, недоумевают по поводу улыбок. Мы с удивлением отмечаем, что в западном мире улыбаются всем, всегда и везде. В представлении русских людей улыбка является неотъемлемой частью западной культуры, неразрывно связанной с нормами поведения. Следовательно, мы можем назвать улыбку стереотипом, поскольку в умах того или иного народа (здесь имеется в виду русский народ) она вызывает совершенно конкретные ассоциации с представителями западного мира. В западном мире вообще и в англоязычном в особенности улыбка – это знак культуры (культуры в этнографическом смысле слова), это традиция, обычай: растянуть губы в соответствующее положение, чтобы показать, что у вас нет агрессивных намерений, вы не собираетесь ни ограбить, ни убить. Это способ формальной демонстрации окружающим своей принадлежности к данной культуре, к данному обществу. В западном мире улыбка одновременно и формальный знак культуры, не имеющий ничего общего с искренним расположением к тому, кому ты улыбаешься, и, разумеется, как и у всего человечества, биологическая реакция на положительные эмоции; у русских – только последнее.

В культуре Америки улыбка является также и социальным признаком преуспевания. Keep smiling – девиз американского образа жизни: “что бы ни случилось – улыбайся”. Этот призыв учит: не сдавайся, не поддавайся ударам судьбы, не показывай людям, что у тебя что-то не в полном порядке, не подавай виду – улыбайся. Напускной оптимизм в любой ситуации – вот черта американского национального характера, которая официально одобрена и внедряется всеми средствами, в том числе и языковыми.

У русских совершенно другой менталитет, другие традиции, другая жизнь, другая культура – в этом вопросе все прямо противоположное. Чем выше общественная позиция человека, тем серьезнее должен быть его имидж. Улыбка в ситуации, когда человек претендует на высокий пост, совершенно неуместна, она только покажет, что человек легкомыслен, не сознает ответственности своего дела и поэтому довериться ему нельзя.

Таким образом, мимика, жесты, телодвижения составляют лакунизированный кинесический слой системы личных знаков, используемых в повседневной жизни носителями различных культур.

Особую группу поведенческих лакун составляют “бытовые” (“рутинные”) лакуны, указывающие на традиционный уклад жизни, привычки, особенности быта – на то, что называют “повседневным поведением” носителей некоторой культуры.

У англичан принято пить чай в пять часов вечера, но у других европейских народов такого обычая нет. Многие европейцы удивляются тому, что русские умываются, используя текущую струю воды, тогда как сами они для умывания набирают воду в раковину. В данной работе мы хотели бы коснуться такого стереотипа поведения в западной культуре как small talk. Для начала проанализируем, что же такое small talk и как определяют данные понятия различные словари. Англо-русский словарь под редакцией В.К. Мюллера определяет small talk следующим образом: “small talk – пустой, бессодержательный, светский разговор” [20, с.660]. Другой источник, Новый англо-русский словарь, составленный И.Р.Галпериным, дает такой перевод выражения small talk: “small talk – болтовня, (легкая) светская беседа”. После прочтения этих переводов становится не совсем понятно, что же такое small talk. The Longman Dictionary of English Language and Culture объясняет это выражение так: “small talk – light conversation on unimportant or non-serious subjects”, (“легкая беседа на незначительные или несерьезные темы”) и дает следующий пример: “people making small talk at a cocktail party”[37, p.1275]. Oxford Advanced Dictionary of Current English by A.S. Hornby определяет small talk как “conversation about everyday and unimportant social matters” [36] (“беседа на бытовые и незначительные светские темы”). Руководствуясь последними определениями, нельзя сказать, что small talk – это “пустая, бессодержательная болтовня”.

Умение выбрать правильную тему для разговора очень важно при общении с представителями другой языковой и культурной общности. “Безопасные” темы разговоров, которые считаются подходящими для общения с незнакомыми людьми (или с людьми, которых вы плохо знаете), в разных странах различны. Предлагаем сравнить темы для small talk в русской и англоязычной культуре:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Темы разговора | Популярные среди русских | Популярные ванглоязычных странах |
| 1. Путешествия | — 1 | + |
| 2. Погода | — 2 | + |
| 3. Политика | + + + | — |
| 4. Хобби, интересы | + | + |
| 5. Литература, искусство | + + | 6 |
| 6. Работа | + | + |
| 7. Деньги, доходы, зарплата | + | — — — |
| 8. Происхождение | 3 | + |
| 9. Возраст | — | — |
| 10. Здоровье | + + 4 | — |
| 11. Религия, вероисповедание | — | — |
| 12. Расовые отношения | + | — |
| 13. Домашние питомцы | + + |  |
| 14. Актуальные темы (авиакатастрофы, землетрясения и т.д. – все, что не касается политики) | + — 5 | — |

Расшифровка цифр в таблице:

Долгое время мы были в этом ограничены.

Популярная тема для разговоров только среди представителей старшего поколения.

Говорить об этом считается невежливо (в любой ситуации).

Эта тема особенно популярна у старшего поколения, но иногда поговорить о своем здоровье любят и подростки, например, после урока физкультуры.

До недавнего времени говорить об этом считалось “плохим вкусом”, но с появлением “желтой прессы” ситуация изменилась. Впрочем, образованные люди избегают разговоров на подобные темы.

Если вы хотите побеседовать на эту тему, вы должны быть осведомлены, разделяет ли собеседник ваши интересы [38, c.4].

Итак, проанализировав данные таблицы, можно заключить, что рекомендуемыми темами для small talk в англоязычных странах являются следующие темы: путешествия, погода, работа (но не зарплата и другие подобные вопросы, касающиеся денег), происхождение (где вы родились, в какой стране или городе), хобби, увлечения, а также новости, но не касающиеся политики.

Что касается тем, которых в беседе следует избегать, американцы утверждают, что опасно говорить о двух вещах: о политике и о религии. В Англии к подобным вопросам относятся также следующие темы: королевская семья, расовые отношения, зарплата/доходы, здоровье, домашние питомцы и Северная Ирландия. В России же многие из этих тем являются наиболее популярными среди образованных людей, когда они собираются вместе по какому-либо поводу.

Вполне естественно, что русские люди говорят на эти темы и с представителями англоязычных стран. Но такое положение вещей может привести к непониманию. То же самое можно сказать и о немецкоязычной культуре, где некоторые темы разговора считаются “небезопасными”. Приведем примеры из романа Э.М. Ремарка “Три товарища”:

Es entstand eine Pause. Ich blickte zu Lenz hinűber. Aber der letzte Romantiker grinste nur, zuckte mit der Nase und lies mich im Stich. Die Birken raschelten. Ein Huhn gackerte hinter dem Haus.

“Wunderbares Wetter”, sagte ich endlich, um das Schweigen zu unterbrechen.

“Ja, herrlich”, erwiderte das Mädchen.

“Und so milde”, fűgte Lenz hinzu.

“Sogar ungewöhnlich milde”, ergänzte ich [8].

Возникла пауза. Я посмотрел в сторону Ленца. Но последний романтик только ухмыльнулся, повел носом и не стал меня выручать. Где-то за домом закудахтала курица.

Прекрасная погода, - проговорил я наконец, чтобы как-то нарушить молчание.

Да, чудесная, - ответила девушка.

И такая мягкая, - добавил Ленц.

Просто необыкновенно мягкая, - дополнил я его мысль.[24, с.16].

\* \* \*

“Wie kommen Sie eigentlich zu Ihrem englischen Vornamen?” fragte Gottfried Parice Hollmann, die neben ihm saB.

“Meine Mutter war Engländerin. Sie hieB auch so, Pat.”

“Ah, Pat, das ist was anderes. Das spricht sich viel leichter.”

Er holte ein Glas und eine Flasche hervor. “Also auf gute Kameradschaft, Pat! Ich heiBe Gottfried.” [Ebenda]

Откуда у вас, собственно английское имя? – спросил Готтфрид Патрицию Хольман, сидевшую рядом с ним.

Моя мать была англичанка. Ее тоже звали Пат.

Ну, Пат – это другое дело. Это гораздо легче произносится. – Он достал стакан и бутылку. – За крепкую дружбу, Пат. Меня зовут Готтфрид. [24, с.114].

Таким образом, можно сделать вывод: изучая английский язык, а также любой другой европейский язык, нужно учитывать не только культурные различия разных стран, но и тренироваться в умении вести small talk.

Итак, существование различных видов этикетных норм и, как следствие этого, неприятие или неодобрение стереотипов поведения, характерных для представителей другой культуры, может создать трудности в общении. В результате между коммуникантами может возникнуть непонимание (например, при неверной, часто противоположной интерпретации жестов чужой культуры, не имеющих эквивалентов в родной для реципиента культуре) или у одного из собеседников может сложиться неблагоприятное впечатление о другом (в японской культуре считается недопустимым сидеть, скрестив ноги или вытянув их; для англичан же эта поза – поведенческая норма); общающиеся могут оказаться в состоянии фрустрации (“культурного шока”) [5, с.156-158].

Итак:

В процессе восприятия стереотипов культуры другого народа формируется определенное к ним отношение. Чаще всего они воспринимаются как нечто чужое. Так возникает конфликт культур – результат несовпадений принятого (а это и есть стереотипы) в своей и чужой для реципиента культуре.

Столкновение стереотипов, характерных для разных культур (то есть конфликт культур), может создать трудности в общении, стать причиной “культурного шока” и таким образом привести к непониманию культуры другого народа.

**4. Классификация стереотипов и социокультурное взаимодействие.**

Само понятие “стереотип’ рассматривается не только в работах лингвистов, но и социологов, этнографов, когнитологов, психологов, этнопсихолингвистов. Представители каждой из вышеназванных наук имеет свое собственное представление о стереотипе, свою классификацию данного понятия. Например, выделяются социальные стереотипы, которые проявляют себя как стереотипы мышления и поведения личности, или этнокультурные стереотипы - это обобщенное представление о типичных чертах, характеризующих какой-либо народ. Немецкая аккуратность, русский “авось”, китайские церемонии, африканский темперамент, вспыльчивость итальянцев, упрямство финнов, медлительность эстонцев, польская галантность – стереотипные представления о целом народе, которые распространяются на каждого его представителя.

Существуют автостереотипы, отражающие то, что люди думают сами о себе, и гетеростереотипы, относящиеся к другому народу, и как раз они более критичны. Например, то, что у своего народа считается проявлением расчетливости, у другого народа – проявлением жадности. В качестве примера приведем стереотипные представления англичан в отношении немцев (соответственно вышеупомянутой классификации они являются гетеростереотипами). Мы перечислим основные стереотипы англичан в отношении немцев и проанализируем их с точки зрения действительности:

Любовь к пиву

Нельзя сказать, чтобы пиво было каким0то национально специфичным напитком немцев. Другие народы тоже пьют пиво. Но в то же время нельзя не согласиться с В.Н. Водовозовой, когда она пишет: “Пиво до такой степени немецкое изобретение, что вся Германия, смело можно сказать, течет этим пенистым напитком янтарного, бледно-желтого, бурого или молочно-бурого цвета. Страсть к пиву и умение превосходно приготовлять его – характерная черта немцев, и этим они отличались уже с самых древнейших времен” [ цит. по Водовозова Е.Н. Как люди на белом свете живут. Немцы. СПб., 1904; 17, с.249].

Уже в средние века пиво считалось одним из основных пищевых продуктов. Немцы называют пиво flüssiges Brot букв. жидкий хлеб.

2) Бюрократизм

Бюрократизм немцев отнюдь не миф. Для того чтобы провести в Германии хотя бы пару дней, иностранец должен заполнить массу форм.

3) Аккуратность, любовь к порядку

Немцы знамениты:

своей любовью к порядку;

своей чистоплотностью;

своей пунктуальностью.

Приведем примеры:

все, что делается в повседневной жизни, должно быть сделано, как следует. Поверхностность в делах в Германии не одобряют.

Только швейцарцы являются более чистоплотной нацией, чем немцы.

Общественный транспорт в Германии всегда приходит вовремя (так же как и любой человек, договорившийся с кем-то о встрече).

Любовь немцев к порядку нашла свое отражение и в пословицах:

\* Ordnung ist das halbe Leben посл .порядок – душа всякого дела

\* Ordnung muB sein

\* Heilige Ordnung, segensreiche Himmelstochter святой порядок – благословенный сын небес

4) Грубость/Высокомерие

Многие иностранцы склонны думать, что немцы – грубая нация, но на самом деле они просто прямолинейны. Любой немец почти всегда скажет Вам то, что он в действительности думает.

Немцев считают высокомерными, поскольку их язык звучит надменно, а так же потому, что они думают, что все знают (даже если на самом деле это не так).

5) Правила и предписания

Их в Германии очень много, и иностранцам они кажутся не особо важными, что ошибочно. Если Вы нарушите общепринятые правила, немцу сразу станет понятно, что Вы иностранец.

6) Отсутствие чувства юмора

Нельзя сказать, что у немцев нет чувства юмора, оно просто другое, нежели у представителей других наций, и проявляется оно по-разному в различных ситуациях. Для иностранцев немецкий юмор может показаться серьезным, что связано с бюрократизмом немцев, с большим количеством правил и предписаний и вошедшей в поговорку любовью немцев к порядку.

7) Рукопожатие

Это правда, что немцы используют жест рукопожатия, где бы они ни были и с кем бы они ни встречались. Рукопожатие считается данью вежливости. Только молодежь и близкие друзья заменяют рукопожатие каким-либо другим жестом.

Специалисты по этнической психологии, изучающие этнокультурные стереотипы, отмечают, что нации, находящиеся на высоком уровне экономического развития, подчеркивают у себя такие качества, как ум, деловитость, предприимчивость, а нации с более отсталой экономикой – доброту, сердечность, гостеприимство. Подтверждением сказанному может служить исследование С.Г.Тер-Минасовой, согласно результатам которого в английском обществе более ценятся профессионализм, трудолюбие, ответственность и т.д., а в русском – гостеприимство, общительность, справедливость [29, с.255].

Н.В. Уфимцева дифференцирует этнические стереотипы и культурные стереотипы: этнические стереотипы недоступны саморефлексии члена этноса и являются фактами поведения и коллективного бессознательного, им невозможно специально обучать, а культурные стереотипы доступны саморефлексии и являются фактами бессознательного и сознания, им уже можно обучать.

В.В. Красных делит стереотипы на два вида – стереотипы-образы и стереотипы-ситуации. Примеры стереотипов-образов: пчела - труженица,

баран – упрямый, а стереотипов-ситуаций: билет – компостер, аист – капуста.

Существуют две категории стереотипов: поверхностные и глубинные [23].

Поверхностные стереотипы – это те представления о том или ином народе, которые обусловлены исторической, международной, внутриполитической ситуацией или другими временными факторами. Эти стереотипы меняются в зависимости от ситуации в мире и обществе. Продолжительность их бытования зависит от общей стабильности общества. Это, как правило, образы-представления, связанные с конкретными историческими реалиями. Поверхностные стереотипы представляют несомненный интерес прежде всего для историков, а также всех, кто интересуется социально-политическими процессами, происходящими в обществе.

В отличие от поверхностных глубинные стереотипы неизменны. Они не меняются в течение времени. Глубинные стереотипы обладают удивительной устойчивостью, и именно они представляют наибольший интерес для исследователя особенностей национального характера: сами стереотипы дают материал для изучения того народа, который является объектом стереотипизации, а оценки характеризуют особенности той группы, в которой они распространены.

Среди глубинных стереотипов в особую группу выделяются внешние, связанные с атрибутами жизни и быта народа, в русском языке их часто именуют словом “клюква”. Несмотря на постоянные перемены в быте народов, подобные стереотипы меняются очень незначительно. Меха, самовары, огромные шали, матрешки считаются неотъемлемой частью русской жизни вот уже несколько веков. Некоторые из этих атрибутов действительно сохраняются до сих пор. Некоторые атрибуты русской жизни ушли в небытие естественным путем, однако культивируются в нашей стране или из коммерческих соображений, так как хорошо покупаются иностранцами, или чисто обрядово.

Проблемы общего и специфического стереотипов задает их деление на инварианты и варианты. Общечеловеческие, инвариантные модели поведения кажутся полностью детерминированными биологическими свойствами человека. Однако следует отметить, что они существенно корректируются социальными, культурными механизмами. Особенно ярко действие культурных факторов на универсалии поведения проявляются в тех случаях, когда “естественным” действиям придается социальная значимость. У индейцев кутенаи кашель имеет этнодифференцирующий смысл: по характерной назальности кашля они отличают своих соплеменников от представителей других групп. Регламентация в сфере “естественного” поведения затрагивает лишь внешнюю сторону действий, их оформление и осмысление, в то время как характер действий остается неизменным, универсальным и инвариантным. Такое поведение не предполагает категории выбора и, следовательно, имеет только один путь реализации. “Неправильного” варианта в таком поведении не существует.

Альтернативное поведение всегда подразумевает выбор и, соответственно, альтернативное решение: можно поступить “правильно” или “неправильно”. Такое поведение регулируется исключительно с помощью вторичных, не вытекающих непосредственно из контекста ограничений, Эти ограничения носят частный, условный и относительный характер, что позволяет рассматривать их как этнодифференцирующие признаки, лежащие в основе деления людей на отдельные группы. В свою очередь категория выбора служит основанием для всевозможных этических оценок и концепций относительно тех или иных поступков.

Если в случае инвариантных форм поведения стереотипизации подвергаются внешние аспекты деятельности, то в случае с вариантными формами поведения стереотипизируются как план выражения, так и план содержания. Разумеется, этнические особенности могут проявляться и в глубинной, и в поверхностной структуре стереотипа поведения. Но если выявление общего и особенного во внешней стороне стереотипа не вызывает особых сложностей, то аналогичные процедуры по отношению к внутренней, содержательной стороне стереотипа сопряжены с большими трудностями, поскольку эта сфера не ограничивается прагматическим смыслом и, как правило, осложнена бытовыми, этическими, религиозными и другими представлениями.

Пути формирования стереотипов, а главное распространения их, передачи, поскольку большинство глубинных стереотипов сформировалось давно, различны. В качестве примера можно привести Великобританию, в которой национальные стереотипы формировались на фоне различных исторических событий. Происхождение английского этноса из субстрата, составленного разными германскими племенами и их существование в течение длительного времени на острове определили основные черты их стереотипов поведения. Доминирующей функцией их (стереотипов) является логическое мышление, определяющее прагматизм и расчетливость, которые проявляются как в государственной политике, так и на уровне бытовом. Дополнительную функцию составляет ощущение, выражающееся в заметно более ярком виде, чем у континентальных немцев (но менее чем у французов). Эта функция определяется островным существованием и реализуется в склонности к получению удовольствий, как существенной этнической черте на бытовом уровне и на уровне общенациональной политики.

Проявления же чувственных и интуитивных составляющих этнических стереотипов поведения (и национальной культуры соответственно), напротив, имеют формы инфантильные, примитизированные. Это проявилось в отторжении католичества, которого англичане до конца никогда не понимали и воспринимали как явление чуждое, а также в бесконечном конфликте с ирландцами (во многом из-за столкновения этнических стереотипов двух этносов, именно на почве несовместимости преимущественно чувственного восприятия мира ирландцами и мыслительного рационализма англичан).

Стереотипы всегда национальны, а если встречаются аналоги в других культурах, то это квазистереотипы, ибо, совпадая в целом они различаются нюансами, деталями, имеющими принципиальное значение. Например, ситуация очереди в различных культурах различна, а следовательно, различным будет и стереотипное поведение: в России спрашивают “Кто последний?” или просто встают в очередь, в ряде европейских стран отрывают квиток в специальном аппарате и после этого следят за цифрами, загорающимися над окошком, например, на почте.

В основе формирования этнического сознания и культуры в качестве регуляторов поведения человека выступают как врожденные, так и приобретаемые в процессе социализации факторы – культурные стереотипы, которые усваиваются с того момента, как только человек начинает идентифицировать себя с определенным этносом, определенной культурой и осознавать себя их элементом. Итак, мы живем в мире стереотипов, навязанных нам культурой. Совокупность ментальных стереотипов этноса известна каждому его представителю. Стереотипами являются, например, выражения, в которых представитель сельской, крестьянской культуры скажет о светлой лунной ночи: светло так, что можно шить, в то время как городской житель в этой типовой ситуации скажет: светло так, что можно читать. Подобные стереотипы используются носителями языка в стандартных ситуациях общения. Причем доминирующим в стереотипе может стать практически любой, а не только логически главный признак.

Культуросфера определенного этноса содержит ряд элементов стереотипного характера, которые, как правило, не воспринимаются носителями другой культуры; эти элементы Ю.А. Сорокин и И.Ю. Марковина называют лакунами: все, что в инокультурном тексте реципиент заметил, но не понимает, что кажется ему странным и требующим интерпретации, служит сигналом присутствия в тексте национально-специфических элементов культуры, в которой создан текст.

Устойчивость культуры, ее жизнеспособность обусловлены тем, насколько развиты структуры, определяющие ее единство, целостность. Целостность культуры предполагает выработку стереотипов культуры – стереотипов поведения, восприятия, понимания, общения, то есть стереотипов общей картины мира. Важную роль в формировании стереотипов играет частота встречаемости определенных объектов, явлений в жизни людей, нередко выражающаяся в более продолжительных человеческих контактах именно с данными объектами по сравнению с другими, что и приводит к стереотипизации подобных объектов [18, с.108-109].

Стереотип поведения – важнейший среди стереотипов. Стереотипы имеют много общего с традициями, обычаями, мифами, ритуалами, но от последних отличаются тем, что традиции и обычаи характеризует их объективированная значимость, открытость для других, а стереотипы остаются на уровне скрытых умонастроений, которые существуют в среде своих. Обряды и обычаи, как разновидности стереотипизированного поведения, стали объектами этнографических исследований. Это не случайно, поскольку в стереотипах поведения отчетливо выражается этническое своеобразие культуры. Набор стереотипных форм поведения, вырабатываемых в каждом обществе, естественно, не ограничивается сферой обряда и обычая. Стандарты поведения характерны для многих других сфер деятельности, и прежде всего – общения (этикета), социализации индивидов, технологических процессов (трудовые приемы и навыки), игрового поведения и т.д.

Несмотря на то, что поведение человека вариативно и многообразно, не менее справедливо и другое утверждение: поведение человека в обществе типизировано, то есть оно подчиняется нормам, выработанным в обществе, и поэтому с неизбежностью во многих отношениях стандартно. Такое положение является результатом действия двух противонаправленных тенденций. Первую тенденцию можно назвать центробежной. Она проявляется в разнообразии поведения, его вариативности. Именно эта сторона поведения имеется в виду, когда говорится об индивидуальных особенностях, своего рода “стилистике” поведения. Однако многообразие поведения никогда не бывает беспредельным (в противном случае невозможным было бы общение людей, их объединение в различного рода социальные образования). На упорядочение разнородных вариантов поведения направлена противоположная (центростремительная) тенденция к унификации поведения, его типизации, выработке общепринятых схем и стандартов поведения. Эта вторая тенденция выражается в ом, что всякое общество, заботясь о своей целостности и единстве, вырабатывает систему социальных кодов (программ) поведения, предписываемых его членам.

Набор типовых программ поведения специфичен для каждого коллектива. Все они направлены на то, чтобы нейтрализовать тенденцию к индивидуализации поведения, сдержать рост его вариативности, так как ничем не контролируемый рост многообразия неминуемо привел бы к распаду общества. Тем не менее социально одобренные программы поведения никогда не покрывают всей сферы поведения человека в обществе. Некоторые фрагменты поведения остаются нерегламентированными, поскольку не расцениваются как социально значимые. Более того, для каждой этнической культуры характерны свои представления о значимости тех или иных фрагментов поведения и, следовательно, своя конфигурация границы между обязательным (типизированным) и свободным (индивидуальным) поведением. При этом, чем более значимы сферы поведения, тем более жестко они регламентированы, тем сильнее контроль над соблюдением стандартов и образцов.

Стандартизированное поведение имеет свои варианты. В соответствии с особенностями социальной организации в сфере заданного поведения выделяются различные типы: поведение крестьянина, воина, охотника, ремесленника и т.п. В соответствии с критериями биосоциального членения жизненного пути различается поведение детей, взрослых, стариков, мужчин и женщин. С введением иных координат (например, этнических и конфессиональных) можно говорить о поведении японца в отличие от европейца, христианина в отличие от мусульманина. Если перейти на еще более высокий уровень абстракции, то можно вести речь об эпохальных стилях поведения – например, о поведении средневекового человека. Реальное поведение человека – всегда синтез нескольких типов, нескольких программ.

Итак, условно можно говорить о двух основных формах поведения. Одна из них сводится к относительно свободному, вариативному поведению. Другая представляет собой регламентированное поведение, подчиняющееся выработанным в коллективе типовым схемам действий в стандартных ситуациях. Теперь необходимо выяснить, какова природа и функции стереотипизации.

Каждое общество в процессе взаимодействия с внешней средой накапливает определенный опыт. Этот опыт является фундаментом, на котором основывается сама возможность существования коллектива во времени. Естественно, коллектив заинтересован в хранении, накоплении и передаче этого опыта следующим поколениям. Передача накопленной информации происходит двумя путями: генетически и негенетически. Передача наследственной информации осуществляется в процессе социализации и целиком основана на научении. Хранение, передача и аккумуляция социальной информации предполагает ее упорядочение и отбор наиболее значимых фрагментов. На выполнение этих функций и ориентирован механизм стереотипизации. С его помощью накапливаемая информация представляет собой не просто сумму полезных знаний, но определенным образом организованный опыт, который благодаря наличию структуры может быть передан во времени. При этом коллективная память не может включать весь опыт. Стереотипизация наиболее значимой информации позволяет не только осуществлять отбор, но и сохранять ее рабочий объем в условиях постоянного обновления [34, с.9].

Структурирующее свойство стереотипов непосредственным образом связано с их центростремительной интровертной направленностью, то есть на внутренние механизмы самоорганизации. Интровертный, регулятивный характер стереотипов сближает их с понятием социальной нормы – базисной категории социального контроля. Стереотипизация распространяется на всякое поведение в любой сфере человеческой деятельности, а вот социальная норма регулирует лишь общественное поведение людей. Нормы могут пониматься как исторически сложившиеся правила поведения, и тогда они синонимичны стандартам поведения. Но в понятии нормы всегда содержится и оценочный смысл. В этом случае норма выступает как выражение некой внешней точки зрения, в соответствии с которой любой поступок может быть охарактеризован как “правильный” или “неправильный”, “хороший” или “плохой”, “высокий” или “низкий” и т.д. Естественным коррелятом нормы в таком понимании будет нарушение. Более того, норма существует только на фоне нарушений. Полное торжество нормы в принципе невозможно, так как это понятие лишается смысла. Между тем стереотипы поведения существуют не только для выражения нормы, ее соблюдения, но и для ее нарушений, то есть “неправильное” поведение имеет свои стандарты. На это указывает широкий класс явлений, присущих каждой этнической культуре. Как пишет Ю.М. Лотман, “норма и ее нарушение не противопоставлены как мертвые данности. Они постоянно переходят друг в друга. Возникают правила для нарушения правил и аномалии, необходимые для нормы. Реальное поведение человека будет колебаться между этими полюсами. При этом различные типы культуры

Будут диктовать субъективную ориентированность на норму (высоко оценивается “правильное” поведение, жизнь “по обычаю”, “как у людей”, “по уставу” и пр.) или же ее нарушение (стремление к оригинальности, необычности, чудачеству, юродству, обесцениванию нормы амбивалентным соединением крайностей)” [16, с.26]. Ориентация на нарушение нормы не обязательно относится лишь к сфере индивидуального поведения. Целые слои и группы общества имеют свои модели как “правильного”, так и “неправильного” поведения. При этом второй тип поведения в историческом плане не является новацией, так как он имеет гораздо более глубокие корни. Во всяком обществе и во все времена первый тип поведения неизбежно перемежался вторым, ярким выражением которого являлся праздник. Важно, что соотношение нормы и стереотипов поведения не сводится к их отождествлению. Нормы и стереотипы поведения в каких-то случаях пересекаются, а в каких-то – существенно расходятся.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что в культуре отдельного народа относится к стереотипам:

Вербальное поведение

Невербальное поведение (мимика, жесты, телодвижения)

Национальный характер и представления о нем другими нациями

Социальные ситуации, поведение в социальных ситуациях

Особенности быта и повседневной жизни нации

Национальная кухня

Религиозные и национальные обряды

Итак:

Поведение каждого человека индивидуально и многообразно, но несмотря на это, можно с уверенностью утверждать, что поведение человека в любом обществе типизировано, то есть оно подчиняется нормам, выработанным в данном обществе.

Стереотипы существуют в любом обществе, но особо важно подчеркнуть, что набор стереотипов для каждого из них сугубо специфичен. На регулирование поведения человека в пределах родного культурного и языкового пространства большое влияние оказывают культурные стереотипы, которые начинают усваиваться именно с того момента, когда человек начинает осознавать себя частью определенного этноса, частью определенной культуры.

Таким образом, можно выделить две формы поведения в том или ином социокультурном пространстве: свободное, вариативное поведение (индивидуальное для каждого человека) и регламентированное поведение, подчиняющееся существующим в данном обществе стереотипам поведения.

5.Стереотипы – прецедентные феномены, фоновые знания.

Непременным условием общения является не только владение общим языком, но и наличие определенных накопленных до него знаний. Для общения необходимо, чтобы его участники имели определенную общность социальной истории, которая находит свое отражение в знаниях об окружающем мире. Эти знания, присутствующие в сознании участников коммуникативного акта и получили название фоновых. По определению О.С. Ахмановой, фоновые знания – это “обоюдное знание реалий говорящим и слушающим, являющееся основой языкового общения” [1, с.498].

Необходимость учета в процессе коммуникации фоновых знаний является сегодня общепризнанной. Фоновые знания, которыми располагают члены определенной этнической и языковой общности, являются основным объектом лингвострановедения. Е.М. Верещагин и В.Г. Костомаров выделяют три вида фоновых знаний:

общечеловеческие (например, всем без исключения людям известны солнце, ветер, время, рождение и т.д.);

региональные (не все жители тропиков, например, знают, что такое снег);

страноведческие.

Последний вид – это те сведения, которыми располагают все члены определенной этнической и языковой общности и которые связаны со знанием национальной культуры. Такие фоновые знания, свойственные определенной языковой общности и отсутствующие у иностранцев, и получили название страноведческих.

Страноведческие фоновые знания включают систему мировоззрения, взглядов, господствующих в данном обществе, этических оценок, эстетических вкусов, нормы речевого и неречевого поведения и большую часть знаний, которыми обладают все члены данного общества.

Страноведческие фоновые знания очень важны для “расшифровки” и интерпретации национальных стереотипов культуры, для их осмысления и правильного толкования. Ведь многие стороны жизни народа, традиции быта, обычаи, исторические события, которые известны членам данного языкового общества и неизвестны иностранцу, обусловили возникновение тех или иных стереотипов в данном культурном пространстве. Поэтому любой иностранный язык нужно изучать на фоне истории и культуры страны, так как во многих языковых единицах находят отражение национальное своеобразие образа жизни того или иного народа, факты истории страны, природно-географические особенности, культура. Языковые единицы, представленные в лингвострановедческом аспекте, могут дать большой объем фоновых знаний, то есть исторические и культуроведческие сведения, которые необходимы для правильного и эффективного изучения неродного языка [30, с.85].

Особую роль фоновые знания играют при понимании инокультурного текста. Текст в этом случае - это истинный стык лингвистики и лингвокультурологии, так как он принадлежит к языку и является его высшим ярусом, в то же время текст есть форма существования культуры. Этой проблемой занимается лингвокультурология – научная дисциплина, исследующая воплощенные в живой национальный язык материальную культуру и менталитет и проявляющиеся в языковых процессах в их действенной преемственности с языком и культурой этноса.

Важное место в лингвокультурологии отводится изучению прецедентных имен и ключевых концептов культуры. Прецедентными именами называются индивидуальные имена, связанные с широко известными текстами (Обломов, Тарас Бульба), с ситуациями, которые известны большинству представителей данной нации (Иван Сусанин, дед Талаш). Следует разграничить понятия “стереотип” и “прецедентное имя”: стереотип существует в качестве представления о культуре другого народа, которое может быть как верным, так и ложным; прецедентное имя же в полной мере может пониматься лишь представителем данной нации, поскольку ему известно, с какой ситуацией или с каким текстом оно связано.

Приведем пример из немецкого языка. В средние века в немецкой культуре имя Michel было очень распространенным и стало нарицательным. Выражение der deutsche Michel встречается впервые в 1541 году, его значение менялось на протяжении столетий. В XVII веке оно имело еще положительное значение и напоминало о происхождении имени Michel: Erzengel Michael, Schutzheiliger des deutschen Volkes (архангел Михаил, покровитель немецкого народа). В XVIII веке выражение употребляется то в значении tűchtiger, tapferer Bauer, то в значении ein einfältiger, plumper, stumpfsinniger Mensch. К концу XVIII века за выражением закрепляется значение ein gutműtiger, doch geistig unbeweglicher, ungebildeter Mensch, eine Schlafműtze (соня, тюфяк).

В период между освободительными войнами и революцией 1848 года в Германии выражение deutscher Michel стало синонимом национально-ограниченного немецкого бюргера, воплотившего в себе типичные черты национальной отсталости и провинциальности; в политическом отношении “немецкий Михель” становится с годами символом реакционности и шовинизма.

В современном немецком языке:

\* Michel, der (kurz von Michael) 1) разг. дурак, простофиля 2) немец

\*der deutsche Michel шутливо-ироническое прозвище немецкого

мещанина

Незнание истории данного выражения, которое является прецедентным именем в немецком языке, может привести к непониманию или неправильной интерпретации слов носителя немецкого языка.

Итак:

Для успешного осуществления коммуникативного акта между разными нациями необходимо не только владение языком, но и также наличие определенных знаний, связанных с культурой той или иной страны. Такие знания получили название фоновых.

Большую роль в коммуникативном процессе играют прецедентные имена – индивидуальные имена, ситуации, широко известные представителям той или иной нации. По нашему мнению, прецедентные имена являются составляющей такого понятия как фоновые знания.

Как фоновые знания, так и прецедентные имена очень важны для “расшифровки” и интерпретации национальных стереотипов культуры, для их осмысления и правильного толкования.

**II. Стереотипы в художественном тексте. Особенности употребления, восприятия и перевода.**

**1.Стереотипы и художественный текст.**

Слова стереотип, стереотипный имеют негативную окраску и в русском, и в английском языке, так как определяются через слово шаблонный, в свою очередь определяемый как избитый, лишенный оригинальности и выразительности. Это не вполне справедливо по отношению к слову стереотип вообще, а в контексте проблем межкультурной коммуникации – в особенности. При всем своем схематизме и обобщенности стереотипные представления о других народах и других культурах подготавливают к столкновению с чужой культурой, снижают культурный шок. “Стереотипы позволяют человеку составить представление о мире в целом, выйти за рамки своего узкого социального и географического мира”.[ цит. по А.В Павловская, “Россия и Америка. Проблемы общения культур”, М., 1998, с.17; 29, с.139 ].

Наиболее популярным источником стереотипных представлений о национальных характерах являются так называемые международные анекдоты, то есть анекдоты, построенные на шаблонном сюжете: представители разных наций, попав в одну и ту же ситуацию, реагируют на нее по-разному, в соответствии с теми чертами их национального характера, которые им приписывают на родине анекдота.

Европейские стереотипы хорошо видны в следующей шутке: “Paradise is where cooks are French, mechanics are German, policemen are British, lovers are Italian, and it is all organized by the Swiss. Hell is where cooks are British, policemen are German, lovers are the Swiss, mechanics are French, and it is all organized by Italians[Рай там, где повара – французы, механики – немцы, полицейские – англичане, любовники – итальянцы, а организуют все швейцарцы. Ад – где повара англичане, полицейские - немцы, любовники - швейцарцы, механики – французы, а организуют все итальянцы]”.

Итак, один источник, где с оговорками и большой осторожностью можно искать национальные характеры, - это международные шутки и анекдоты разных видов: те, которые рассказывают о себе сами представители той или иной культуры, и те, которые созданы иными культурами.

Другим источником можно считать национальную классическую художественную литературу. Слово классическая в этом контексте неслучайно, потому что литература, имеющая этот ранг, прошла испытание временем: ее произведения заслужили признание, повлияли на умы и чувства представителей данного народа, данной культуры.

В рамках нашего исследования обратимся к статье Джорджа Оруэлла “Англичане” [22], где он очень точно характеризует английскую нацию. В качестве доказательства правильности его характеристики обратимся к примерам из художественной литературы.

“Стоит на минуту поставить себя на место иностранного наблюдателя, впервые оказавшегося в Англии, но непредубежденного и в силу рода занятий имеющего возможность общаться с рядовыми, полезными, неприметными людьми […]. Почти наверное он сочтет основными чертами рядовых англичан их глухоту к прекрасному, благонравие, уважение к закону, недоверие к иностранцам, сентиментальное отношение к животным, лицемерие и одержимость спортом”.

“Наш воображаемый наблюдатель-иностранец, безусловно, поразится свойственному нам благонравию: упорядоченному поведению англичан в толпе, где никто не толкается и не скандалит; готовности ждать своей очереди, добродушию задерганных, перегруженных работой людей.

Лицемерие столь широко вошло в английский характер, что заезжий наблюдатель будет готов столкнуться с ним на каждом шагу”.

В качестве доказательства этой точки зрения приведем пример из романа С. Моэма “Луна и грош”, где автор описывает стремление англичан всегда соблюдать приличия. Многое из того, что они делают, свидетельствует об их неискренности, носит лицемерный характер, поскольку англичанам свойственно придерживаться определенных норм поведения.

‘Oh, my poor dear, you’re thinking of that day he came here to look at my pictures. What does it matter if he didn’t think them any good? It was stupid of me to show them to him. I dare say they’re not very good.’ […]

‘Even if he didn’t like them he should have been civil. He needn’t have insulted you.’ [35, с.104]

Деточка моя, ты все вспоминаешь, как он пришел сюда смотреть мои картины. Что за беда, если ему они показались скверными? С моей стороны было глупо показывать их. А кроме того, они ведь и вправду не очень-то хороши. [...]

Даже если они ему не понравились, он обязан был соблюсти вежливость. Зачем он оскорбил тебя? [19, с. 82]

\* \* \*

New arrivals claimed my host’s attention, and I was left to myself. When at last we were all assembled, waiting for dinner to be announced, I reflected, while I chatted with the woman I had been asked to ‘take in’, that civilized man practises a strange ingenuity in wasting on tedious exercises the brief span of his life. It was the kind of party which makes you wonder why the hostess has troubled to bid her guests, and why the guests have troubled to come. There were ten people. They met with indifference, and would part with relief. It was, of course, a purely social function. The Stricklands ‘owed’ dinners to a number of persons, whom they took no interest in, and so had asked them; these persons had accepted. [35, c.37]

“Новые гости отвлекли от меня внимание хозяина, и я снова был предоставлен самому себе. Когда все были уже в сборе и я занимал разговором даму, которую мне было назначено вести к столу, мне невольно подумалось, что цивилизованные люди невероятно изобретательны в способах расходовать свою краткую жизнь на докучные церемонии. Это был один из тех обедов, когда невольно дивишься: зачем хозяйка утруждает себя приемом гостей и зачем гости взяли на себя труд прийти к ней. За столом было десять человек. Они встретились равнодушно, и разойтись им предстояло со вздохом облегчения. Такой обед был отбыванием светской повинности. Стрикленды “должны” были пригласить отобедать этих людей, ничуть им не интересных. Они выполняли свой долг, а гости – свой”. [19, c.22]

Далее Джордж Оруэлл пишет:

“Англичанам принадлежит авторство нескольких наиболее популярных игр мира, распространившихся куда шире любого другого порождения их культуры. Слово “футбол” на все лады звучит из уст миллионов, и слыхом не слышавших о Шекспире или о Великой хартии вольностей. Сами англичане не отличаются особым мастерством в играх, но обожают в них участвовать и с энтузиазмом, в глазах иностранцев просто детским, обожают читать о них и заключать пари”.

Подтверждение этому мы опять находим в романе С. Моэма “Луна и грош”. Англичанам свойственно увлекаться различными играми, особенно они любят гольф.

‘He spent August with her and the children in Norfolk. He was just the same as he’d always been. We went down for two or three days, my wife and I, and I played golf with him. [35, c.46]

[...] Август месяц он провел в Норфолке с нею и с детьми. И был такой же, как всегда. Мы с женой ездили туда на несколько дней, и я играл с ним в гольф. [19, c.30]

Как мы уже видели выше, многие англичане не мыслят своей жизни без виски. Снова цитируем С. Моэма:

‘He was heart-broken because he had no whisky, wanted to make coffee for me […]’. [35, c.80]

“Он никак не мог оставить меня в покое, без конца сокрушался, что в доме нет виски, бросился варить для меня кофе избытка чувств […]”. [19, c.60]

Выше мы подробно обсуждали такое понятие как small talk, являющееся характерной чертой представителей западного мира, особенно это свойственно англичанам:

‘They talked of the political situation, and of golf, of their children and the latest play, of the pictures at the Royal Academy, of the weather, and their plans fir the holidays’. [35, c.38]

“Говорили о политике и гольфе, о детях и последней премьере, о картинах, выставленных в Королевской академии, о погоде и планах на лето”. [19, c.22]

Об англичанах и их чертах характера существует такой стереотип, что это чопорные, надменные люди:

‘The women were too nice to be well dressed, and too sure of their position to be amusing. The men were solid. There was about all of them an air of well-satisfied prosperity’. [35.c.37]

“Женщины были слишком манерны, чтобы быть хорошо одетыми, и слишком уверены в своем положении, чтобы быть занимательными. Мужчины являли собой воплощенную солидность. От них так и веяло самодовольством”. [19, c.22]

\* \* \*

‘I have a recollection of large, unbending women […] ‘. [35, c.30]

“Мне помнятся дородные, чопорные дамы […]”. [19, c.15]

Когда-то Генрих Гейне сказал: “Тому, кто хочет узнать немцев с лучшей стороны, я советую прочитать их народные песни”. Воспевая лучшие качества человека: трудолюбие, честность, отвагу, независимость, их творцы не признавали половинчатости в споре между добром и злом. В качестве примера можно привести балладу “Der Arme Schwartenhals”:

Der Arme Schwartenhals Горемыка Швартенгальз

Ich kam vor einer Wirtin Haus, В пути заметил я трактир

Man fragt mich, wer ich wäre. И постучал в ворота:

Ich bin ein armer Schwartenhals, “Я горемыка Швартенгальз.

Ich eB und trink so gerne. Мне пить и есть охота!“

Man führt mich in die Stuben ein, Хозяйка отворила дверь.

Da bot man mir zu trinken, Я плащ и шляпу скинул,

Die Augen lieB ich umhergehn, Налил вина – да стал глазеть

Den Becher lieB ich sinken. И кружку опрокинул.

Man setzt mich oben an den Tisch, Она тут потчевать меня,

Als ich ein Kaufherr wäre, Что барина какого.

Und da es an ein Zahlen ging, Да только денег не возьмешь

Mein Säckel stand mir leere. И кошелька пустого.

Da ich des Nachts wollt schlafen gehn, Хозяйка сердится, бранит -

Man wies mich in die Scheuer, Чуть не оглох от крика.

Da ward mir armen Schwartenhals Постель не стелит, гонит прочь:

Mein Lachen viel zu teuer. “Иди в сарай поспи-ка!“

Und da ich in die Scheuer kam, Что делать, братцы! Лег я спать

Da hub ich an zu nisteln, В сарае возле дома.

Da stachen mich die Hagendorn, Эх, незавидная кровать -

Dazu die rauchen Disteln. Колючая солома.

Da ich des morgens früh aufstand, Проснулся утром – смех и грех -

Der Reif lag auf dem Dache, Дрожу от стужи синий.

Da mubt ich armer Schwartenhals Вот так хоромы! На стене

Meins Unglücks selber lachen. Засеребрился иней.

Ich nahm mein Schwert wohl in die Hand Ну что же взял я в руки меч,

Und gürt es an die Seiten, Пошел бродить по свету.

Ich Armer muBt zu FuBe gehn, С пустым мешком пошел пешком,

Weil ich nicht hatt zu reiten. Коль не дали карету.

Ich hib mich auf und ging davon А на дороге мне сынок

Und macht mich auf die StraBen, Купеческий попался,

Mir kam ein reicher Kaufmannssohn, И кошелек его тугой

Sein Tasch muBt er mir lassen. По праву мне достался!

перевод Л. Гинзбурга [21]

Г.Гейне писал об этой балладе: “Какой честный малый этот бедняга Швартенгальз, хотя он и разбойник с большой дороги!... Этот бедный Швартенгальз – самый что ни на есть немецкий характер, который я когда-либо знал. Какое спокойствие, какое сознание силы царит в этом стихотворении!...”

Наконец, анекдотические хулиганы и алкоголики – русские – внесли в сокровищницу мировой литературы драгоценный вклад: произведения Пушкина, Лермонтова, Толстого, Тургенева, Чехова, Достоевского. Герои этих произведений, с их философскими исканиями и тонкими душевными переживаниями, это интеллигенты среди персонажей мировой классической литературы (недаром само слово интеллигенция вошло в европейские языки из русского языка).

Тем не менее, как источник сведений о национальном характере художественная литература, дает неполное и субъективное представление о народе и о его национальных стереотипах, потому что каждое художественное произведение классической литературы имеет конкретного автора с его субъективным, то есть ему лично присущим, видением мира, в значительной мере обусловленным его собственной индивидуальной жизнью, творческим изображением и присущим лично ему талантом.

**2. Восприятие и понимание стереотипов в художественном тексте.**

Для того, чтобы изучить проблему восприятия и понимания стереотипов в художественном тексте, нужно коснуться вопроса понимания инокультурного текста в целом. Понимание можно определить как позитивный результат человеческой коммуникации. Как парное психическое переживание характеризует понимание Б.Ф. Поршнев: без наличия двух индивидов – говорящего и слушающего, сообщающего и воспринимающего – не существует языка (речи) и восприятия (понимания) [ цит. по Поршнев Б.Ф. Социальная психология и история. М., 1966, с. 77; 28, с.80].

Для современных работ по проблемам понимания характерно стремление выйти за пределы узколингвистических исследований и гипотез, найти пути комплексного изучения этого феномена. Поскольку понимание – это процесс и результат человеческого общения, а общение осуществляется в определенной ситуации, необходимо учитывать разнообразные экстралингвистические факторы, влияющие на понимание. Прежде всего необходимо выяснить, какие роли играют говорящий (коммуникатор) и слушающий (реципиент).

Деятельность реципиента – процесс понимания – характеризуется следующим:

ментально-физиологической активностью;

степенью текстовой сложности;

креативностью: понимание – это всегда в определенной степени “разумение по-своему” (А.А. Потебня). Смысл текста изменяется (переструктурируется) в процессе понимания, и понимание текста требует выхода за пределы текста (в так называемый “затекст”);

различной степенью и глубиной: понимание может быть полным и неполным, адекватным или неадекватным

Пониманию, по мнению Дж. Миллера, обычно способствует нечто существующее сверх языкового (речевого) контекста и связанно с конкретным высказыванием [цит. по Миллер Дж. Психолингвисты // Теория речевой деятельности: Проблемы психолингвистики, М., 1968, с.249; там же, с.81]. А.А. Леонтьев считает, что пониманию способствует “психологическая ситуация”, в условиях которой происходит процесс общения [цит. по Леонтьев А.А. Факторы вариативности речевых высказываний // Основы теории речевой деятельности. М., 1974, с.30, там же, с.81]. Иными словами, реципиенту необходимо ориентироваться в ситуациях использования речи. Для достижения понимания необходима одинаковая интерпретация высказывания говорящим и слушающим. Возникшую возможность двоякого истолкования содержания С.М. Эрвин-Трипп называет функциональной двусмысленностью, которая может приводить к недоразумениям в процессе общения.

Однозначность понимания смысла текста может служить критерием адекватности его понимания, а многозначность текста и неидентичность его интерпретаций можно рассматривать как шум, возникающий в процессе коммуникации. Если многозначность текста является целью коммуникатора, который стремится к тому, чтобы содержание было интерпретировано неоднозначно, то результатом восприятия будет лишь самое общее впечатление от текстового смысла: каждый из реципиентов понимает произведение по-своему, причем интерпретации текста могут существенно различаться.

Как показывают исследования, понимание текста и оценки, приписываемые ему реципиентом, обусловлены комплексом факторов социально-демографического, социально-психологического, культурно-языкового характера. З.И. Клычникова приводит следующие факторы, влияющие на степень трансформации текста реципиентом:

соотношение систем понятий, которыми оперируют отправитель и получатель информации;

общие и специальные знания реципиента;

коммуникативная насыщенность текста;

эксплицитность языковой информации;

индивидуально-психологические свойства реципиента;

общие закономерности его психической деятельности [цит. по Клычникова З.И. Некоторые психологические особенности обучения взрослых чтению на иностранном языке // Чтение. Перевод. Устная речь. Методика и лингвистика. Л., 1977, с.87; там же, с.82].

Существенное влияние на степень и адекватность понимания оказывает содержание (смысл) текста: чем ближе оно к интересам и потребностям какой-либо группы, тем более схожи варианты понимания информации в этой группе.

Вопрос о критериях адекватности понимания должен решаться применительно к различным текстам (типам информации) по-разному. В качестве одного из основных и наиболее общих критериев адекватности понимания можно рассматривать поведение, соответствующее ситуации использования речи, или, иными словами, поведение, соответствующее смыслу высказывания. Анализ деятельности позволяет судить, насколько осмыслен текст (насколько он правильно понят).

С социально-психологической и культурологической точки зрения результатом понимания текста можно считать “приобщение к большинству” (социализацию) реципиента, получающего через тексты культуры программы социального наследования, формирующего человека как личность [ цит. по Брудный А.А. Проблема языка и мышления – это прежде всего проблема понимания // Вопросы философии. – 1977. - №6, с.102; там же, с.83]. Приобщение к “чужому” большинству может быть достигнуто в результате усвоения языка некоторой лингвокультурной общности, что является первым шагом к пониманию ее культурного своеобразия. Непонятное (“чужое”) следует трактовать широко: это могут быть и незнакомый язык, и несвойственные реципиенту стандарты восприятия, потребности и системы ценностей. В качестве примера приведем диалог из романа Э.М. Ремарка “Три товарища”, который происходит между Пат Хольман и влюбленного в нее Роберта Локампа:

Also, was willst du nun, Tee oder Kaffee?

Kaffee, einfach Kaffee, Pat. Ich bin von Lande. Und du?

Ich trinke mit dir Kaffee.

Aber sonst trinkst du Tee?

Ja.

Da haben wir es.

Ich fange schon an, mich an Kaffee zu gewöhnen. Willst du Kuchen dazu? Oder Brötchen?

Beides, Pat. Ich werde nachher auch noch Tee trinken.

В переводе этот диалог звучит так:

Итак, чего же ты хочешь, чай или кофе?

Кофе, просто кофе, Пат. Я ведь сельский парень. А ты?

Я выпью за компанию кофе.

А вообще ты пьешь чай?

Да.

Я так и думал.

Но я уже начинаю привыкать к кофе. Хочешь к кофе пирожное? Или булочку?

И то, и другое. А потом я выпью еще и чаю.

Для русского читателя разговор молодого человека и девушки выглядит как пустая застольная болтовня, потому что русский читатель не знает, что понятия чай и кофе в послевоенное время имели для немцев определенную социальную коннотацию: кофе считался напитком простых людей, а чай – напитком представителей более высоких слоев общества. Если прочитать диалог еще раз, уже зная это, то становится понятным его смысл, скрытый под разговором о чае и кофе. Роберт, мучимый постоянными мыслями о том, что такая девушка не для него, простого парня, постоянно горько иронизирует по этому поводу. Пат, соглашаясь пить вместе с ним “напиток простых людей” и уверяя, что уже начинает привыкать к кофе, высказывает тем самым готовность пойти Роберту навстречу, не думая о социальных барьерах.

Итак, основными причинами неадекватного понимания инокультурного текста могут являться описания речевых ситуаций, несвойственных для культуры носителя ПЯ, столкновение с нетипичным невербальным поведением, в которое могут входить мимика, жесты, телодвижения, не имеющие аналогов в культуре носителя ПЯ либо интерпретирующиеся в соответствии с представлениями данного народа. Незнакомую культуру следует рассматривать как самоорганизующуюся систему, обладающую специфическим для нее набором кодов, являющихся для другой локальной культуры “чуждыми”. Процесс понимания незнакомой культуры, таким образом, есть расшифровка “чуждых” кодов, преобразование их в свои, ‘естественные”.

3. Языковая картина мира, стереотипы и

художественный текст.

Остановимся подробнее на взаимоотношении и взаимодействии языка и реальности. Эти проблемы играют важнейшую роль как для совершенствования форм и эффективности общения, так и для преподавания иностранных языков.

Язык есть важнейший способ формирования и существования знаний человека о мире. Отражая в процессе деятельности объективный мир, человек фиксирует в слове результаты познания. Совокупность этих знаний, запечатленных в языковой форме, представляет собой то, что в различных концепциях называется то как “языковой промежуточный мир”, то как “языковая репрезентация мира”, то как “языковая модель мира”, то как “языковая картина мира”. Чаще всего употребляется именно последний термин. Понятие картины мира (в том числе и языковой) строится на изучении представлений человека о мире. Если мир – это человек и среда в их взаимодействии, то картина мира – результат переработки информации о среде и человеке. Картина мира — это не зеркальное отражение мира, а некоторая интерпретация мира, осуществляемая отдельными субъектами, которые отличаются друг от друга. Поэтому можно сказать, что картина мира — динамичное явление: она постоянно уточняется [25, с.29]. Таким образом, представители когнитивной лингвистике справедливо утверждают, что наша концептуальная система, отображенная в виде языковой картины мира, зависит от физического и культурного опыта и непосредственно связана с ним.

Финский исследователь Паули Кайкконен тоже выдвигает понятие «культурная картина мира», вернее говоря, культурная картина. По Кайкконену, культурная картина (мира) состоит из родной культурной среды, родного языка и ценностей и норм, входящих в родную культуру. Чужая культурная среда, чужой язык и чужие ценности и нормы представляют собой вторую сторону культурной картины мира [цит по Kaikkonen P. Kulttuurien välinen oppiminenja kasvatus. Teoksessa K. Matinheikki-Kokko (toim.) Monikulttiiurinen koulutus. Perusteita ja kokemuksia. Helsinki: Opetushallitus, 1999. P.17—18; 40].

Важное место в структурной части картины мира играют ключевые концепты культуры – это обусловленные культурой ядерные (базовые) единицы, обладающие экзистенциальной значимостью как для отдельной языковой личности, так и для лингвокультурного сообщества в целом. К ключевым концептам культуры относятся такие абстрактные имена, как совесть, судьба, воля, доля, грех, закон, свобода, интеллигенция, родина и т.п.

Концепты возникают в сознании человека не только как намеки на возможные значения, но и как отклики на предшествующий языковой опыт человека в целом – поэтический, прозаический, научный, социальный, исторический.

Концепты культуры можно разделить, по А.Я Гуревичу, на две группы: космические, философские категории, которые он называет универсальными категориями культуры (время, пространство, причина, изменение, движение) и социальные категории, так называемые культурные категории (свобода, право, справедливость, труд, богатство, собственность). Целесообразно выделить еще одну группу, которая имеет непосредственное отношение к нашей работе, - категории национальной культуры (для русской культуры это – воля, доля, интеллигентность, соборность и т.п.). Следует разграничить понятия “стереотип культуры” и “концепт культуры”: стереотип культуры содержит в себе субъективную оценку, а концепт культуры выражает объективное отношение к действительности, при этом, чтобы считаться концептом культуры, слово должно быть общеупотребительным, частотным.

Для немецкой культуры ключевым концептом является понятие Ordnung, которое на русский язык можно приблизительно перевести как “порядок”. “Время и пространство в Германии пропитаны духом строгого порядка (Ordnung). Этому идеалу в Германии подчинены семейная жизнь и бизнес, правительство, свободное время, школьная жизнь. Женщина хочет содержать свой дом и воспитывать своих детей в порядке (in Ordnung); рабочие места на заводе также должны быть в порядке (in Ordnung). Кабинет учителя, вся человеческая жизнь должны быть в порядке (in Ordnung). Понятие Ordnung – неотъемлемая часть стереотипа, создаваемого иностранцами о Германии, это то, что их поражает в немцах. Подчинение времени и пространства порядку – одно из величайших достижений германского общества” [цит. по McIver Weatherford Jack. Deutsche Kultur, amerikanisch betrachtet. Berlin. 1978; 3, с. 185].

При ближайшем анализе концептов выясняется, что культурно-специфичных концептов в любом языке значительно больше, чем кажется на первый взгляд. Например, культурно-специфичным можно считать концепт картошка. Для русских – это эталон скудного питания, отсюда фразеологизм сидеть на одной картошке; для белорусов – это привычная национальная пища, являющаяся вторым хлебом, который даже важнее первого.

Явления и предметы внешнего мира представлены в человеческом сознании в форме внутреннего образа. По мнению А.Н. Леонтьева, существует особое “пятое квазиизмерение”. В котором представлена человеку окружающая его действительность: это – “смысловое поле”, система значений. Тогда картина мира – это система образов.

Между картиной мира как отражением реального мира и языковой картиной мира как фиксацией этого отражения существуют сложные отношения. Картина мира может быть представлена с помощью пространственных (верх - низ, правый - левый, восток – запад, далекий – близкий), временных (день – ночь, зима – лето), количественных, этических и других параметров. На ее формирование влияют язык, традиции, природа и ландшафт, воспитание, обучение и другие социальные факторы.

Языковая картина мира не стоит в ряду со специальными картинами мира (химической, физической и др.), она им предшествует и формирует их, потому что человек способен понимать мир и самого себя благодаря языку, в котором закрепляется общественно-исторический опыт – как общечеловеческий. Так и национальный. Последний и определяет специфические особенности языка на всех его уровнях. В силу специфики языка в сознании его носителей возникает определенная языковая картина мира, сквозь призму которой человек видит мир.

Ю.Д. Апресян подчеркивал донаучный характер языковой картины мира, называя ее наивной картиной. Языковая картина мира как бы дополняет объективные знания о реальности, часто искажая их.

Поскольку познание мира человеком не свободно от ошибок и заблуждений, его концептуальная картина мира меняется, перерисовывается, тогда как языковая картина мира еще долгое время хранит следы этих ошибок и заблуждений. Так, довольно часто для обозначения и передачи состояния эмоционального подъема говорящий использует фразеологизм воспарить душой, не осознавая, что это средство языка связано с архаическими представлениями о наличии внутри человека животворящей субстанции – души, которая мыслилась в мифологической картине мира в виде пара и могла покидать тело, перемещаясь к небесам.

Языковая картина мира формирует тип отношения человека к миру (природе, животным, самому себе как элементу мира). Она задает нормы поведения человека в мире, определяет его отношение к миру. Каждый естественный язык отражает определенный способ восприятия и организации (“концептуализации”) мира. Выражаемые в нем значения складываются в некую единую систему взглядов, своего рода коллективную философию, которая навязывается в качестве обязательной всем носителям языка.

Таким образом, роль языка состоит не только в передаче сообщения, но в первую очередь во внутренней организации того, что подлежит сообщению. Возникает как бы “пространство значений”, то есть закрепленные в языке знания о мире, куда непременно вплетается национально-культурный опыт конкретной языковой общности. Формируется мир говорящих на данном языке. То есть языковая картина мира как совокупность знаний о мире, запечатленных в лексике, фразеологии, грамматике.

Термин языковая картина мира – это не более чем метафора, так как в реальности специфические особенности национального языка, в которых зафиксирован уникальный общественно- исторический опыт национальной общности людей, создают для носителей этого языка не какую-то иную, неповторимую картину мира, отличную от объективно существующей, а лишь специфическую окраску этого мира, обусловленную национальной значимостью предметов, процессов, избирательным отношением к ним, которое порождается спецификой деятельности, образа жизни и национальной культуры данного народа

Языковая картина мира создается разными красками, наиболее яркими являются мифологемы, образно-метафоричные слова, коннотативные слова и др. Наше миропонимание частично находится в плену у языковой картины мира. Каждый конкретный язык заключает в себе национальную, самобытную систему, которая определяет мировоззрение носителей данного языка и формирует их картину мира.

Именно в содержательной стороне языка (в меньшей степени в грамматике) отражена картина мира данного этноса, которая становится фундаментом всех культурных стереотипов. Ее анализ помогает понять, чем различаются национальные культуры, как они дополняют друг друга на уровне мировой культуры. При этом если бы значения всех этих слов были культурноспецифичны, то вообще было бы невозможно исследовать культур-

ные различия. Поэтому, изучая культурно-национальные аспекты, нужно учитывать и универсальные свойства языковых единиц.

Итак, культурная и языковая картины мира тесно взаимосвязаны, находятся в состоянии непрерывного взаимодействия и восходят к реальной картине мира, а вернее, просто к реальному миру, окружающему человека.

Разумеется, национальная культурная картина мира первична по отношению к языковой. Она полнее, богаче, чем соответствующая языковая. Однако именно язык реализует, вербализует национальную картину мира, хранит ее и передает из поколения в поколение. Язык фиксирует далеко не все, что есть в национальном видении мира, но способен описать все.

При необходимости язык заимствует слова для выражения понятий, свойственных чужому языковому мышлению, из чужой языковой среды. Если в русскоязычном мире отсутствуют такие напитки, как виски и эль, а в англоязычном мире нет таких блюд, как блины и борщ, то данные понятия выражаются с помощью слов, заимствованных из соответствующего языка. Это могут быть слова, обозначающие предметы национальной культуры (balalaika, matryoshka, blini, vodka; футбол, виски, эль), политические, экономические или научные термины (Bolshevik, perestroyka, sputnik; импичмент, лизинг, дилер; файл, компьютер, бит) [29].

Более сложной оказывается ситуация, когда одно и то же понятие по-разному – избыточно или недостаточно – словесно выражается в разных языках.

Рассмотрим, например, способы выражения того факта внеязыковой реальности, который по-русски называется палец Чтобы назвать этот предмет по-английски, необходимо уточнить, что имеется в виду: палец руки или ноги, и если руки, то какой палец, потому что, как известно, пальцы руки, кроме большого, у англичан называются fingers, большой палец - thumb, а пальцы ноги – toes. То же самое касается и немецкого языка, где для обозначения пальцев руки и ноги используются разные слова (der Finger и die Zehe соответственно).

Выбор эталонов или символов в наивной картине мира, как правило, мотивирован. Эта мотивация завивит от характеристики всей концептуальной системы и может быть выявлена в некоторых случаях на уровне языковой картины мира.

Проблема изучения языковой картины мира тесно связана с проблемой концептуальной картины мира, которая отбражает специфику человека и его бытия, взаимоотношения его с миром, условия его существования. Языковая картина мира эксплицирует различные картины мира человека и отображает общую картину мира.

Человеческая деятельность, включающая в качестве составной части и символическую, то есть культурную, вселенную одновременно и универсальна, и национально-специфична. Эти ее свойства определяют как своеобразие языковой картины мира, так и ее универсальность.

Итак:

Язык, фиксируя коллективные стереотипные и эталонные представления, объективирует интерпретирующую деятельность человеческого сознания и делает ее доступной для изучения.

Картина мира того или иного этноса становится фундаментом культурных стереотипов. Ее анализ помогает выявить различия в национальной культуре того или иного народа

**Особенности воссоздания значения стереотипов в художественном переводе.**

Как и всякий вид профессиональной деятельности, перевод выполняет определенную функцию в обществе, то есть имеет свое общественное предназначение. Очевидно, что общественное предназначение профессиональной деятельности является ее важнейшей характеристикой, самым непосредственным образом определяющей ее сущность. Это относится и к переводу.

Для выявления общественного предназначения перевода (как профессиональной деятельности) существенным является тот факт, что другие виды языкового посредничества, например, такие, как реферирование, пересказ, не претендуют на то, чтобы быть полноценной заменой исходного текста. Наоборот, они заведомо должны в чем-то отличаться от него. И лишь перевод рассматривается обществом как то же самое, как копия, только на другом языке. Соответственно, общение с помощью перевода рассматривается как такое же общение, как и обычное, одноязычное – только лишь с участием промежуточного звена – переводчика. В обществе укоренилось мнение, что двуязычное общение через хорошего переводчика по своим возможностям и эффективности не отличается от естественной, одноязычной коммуникации. Такое понимание перевода стало фактом общественного сознания, и практика общения не опровергает такой взгляд на него.

Итак, общественное предназначение перевода можно определить следующим образом: перевод призван обеспечить такую опосредованную двуязычную коммуникацию, которая по своим возможностям максимально приближалась бы к обычной, одноязычной коммуникации.

Таким образом, процесс перевода является неотъемлемой частью опосредованной двуязычной коммуникации, ее центральным звеном:

О ИТ П ПТ А

О - отправитель (участник коммуникации, создающий исходный текст и адресующий его другому участнику коммуникации)

ИТ – исходный текст (текст оригинала)

П – переводчик и сам процесс перевода (происходящий в голове переводчика)

ПТ – переводной текст (текст перевода)

А – адресат (участник коммуникации, которому адресован текст перевода) [13]

Переводчику необходимо иметь правильное представление о переводе как процессе, но важнее все-таки знать, что являет собой перевод как текст, поскольку именно переводной текст есть тот продукт, который переводчик создает, а для того, чтобы создать нечто, надо хотя бы в общих чертах представить, что должно быть создано.

Переводной текст является производным от исходного текста: ПТ создается на основе определенных характеристик ИТ и воспроизводит их средствами иного языка в условиях иной культуры.

Вместе с тем, очевидно, что ПТ неизбежно чем-то должен отличаться от ИТ, хотя бы в силу различий двух языков, их возможностей. Сказанное означает, что важнейшей практической проблемой для переводчика является вопрос о том, в чем ПТ должен совпадать и в чем может не совпадать.

Перевод как процесс должен обеспечивать прежде всего эквивалентность реакции адресата, получающего перевод, и адресата, получающего оригинал, а поэтому ИТ и ПТ должны быть в первую очередь равноценны по своей способности вызывать реакции у своих адресатов. Эту способность мы будем называть регулятивным воздействием, так как, воздействуя на адресата, текст определенным образом регулирует (изменяет) его мыслительную деятельность, его эмоции, его поведение.

Часто возникают противоречия между двумя требованиями к переводу: требованием равноценности регулятивного воздействия ИТ и ПТ и требованием их семантико-структурного подобия. Дело в том, что реакция на текст определяется не только свойствами самого текста (его семантикой и структурой), но и наличием определенных предпосылок, которыми человек должен обладать, чтобы адекватно воспринять и интерпретировать текст. Сюда относятся знание языка, на котором составлен текст, наличие привычек к определенным языковым стандартам и стереотипам и определенных предварительных знаний, без которых нельзя понять, о чем идет речь. Этот комплекс предпосылок, без которого невозможна успешная языковая коммуникация, называется коммуникативной компетенцией (КК) [13].

Каждая из составляющих КК играет свою роль в процессе восприятия и интерпретации текста. Так, незнание языка общения вообще делает языковую коммуникацию невозможной. Отсутствие у получателя текста необходимой предварительной информации приводит к ситуации, когда слова понятны, но непонятна суть сказанного. Так, в частности, бывает, когда кто-либо становится свидетелем чужого разговора. Что касается несоответствия текста привычным речевым стандартам, то оно может вызвать как положительный, так и отрицательный эффект:: яркая необычность поэтической речи несет в себе заряд эстетического воздействия; там же, где непривычность способа выражения не является специальным средством выразительности, а результатом неумения, недостаточной коммуникативной компетенции, она становится фактором, препятствующим успешной коммуникации. Происходящая от некомпетентности “необычность” речи затрудняет ее восприятие, отвлекает внимание от содержания. Таким образом, можно сделать два вывода:

Воздействие, оказываемое текстом на адресата, определяется соотношением свойств текста с коммуникативной компетенцией адресата (Т:КК).

Для того, чтобы в переводе воспроизвести регулятивное воздействие текста, необходимо, чтобы соотношение свойств переводного текста (ПТ) с коммуникативной компетенцией носителя переводящего языка (ККПЯ) было бы аналогично соотношению свойств исходного текста (ИТ) с коммуникативной компетенцией носителя исходного языка (ККИЯ). Формально это можно выразить так:

ПТ:ККПЯ ≈ ИТ:ККИЯ

Преобразовав это выражение по правилам производной пропорции, мы получаем формулу ПТ:ИТ ≈ ККПЯ : ККИЯ, которая означает, что переводной текст должен быть неравен исходному тексту в той степени, в какой коммуникативная компетенция носителей ПЯ не равна коммуникативной компетенции носителей ИЯ. Это целенаправленно создаваемое переводчиком неравенство двух текстов компенсирует неравенство двух коммуникативных компетенций таким образом, чтобы возникало относительное равенство двух соотношений: ПТ:ККПЯ и ИТ:ККИЯ, которое и обеспечивает эквивалентность регулятивного воздействия двух текстов.

Приведем примеры переводческих трансформаций, использующихся при переводе текстов, содержащих стереотипы культуры:

1) Описательный перевод – описание значения исходной единицы применяется в условиях отсутствия регулярного словарного соответствия или при несовпадении смысловых функций соответствующих единиц в ИЯ и ПЯ.

Dann ... versucht er sich an die Gegend zu erinnern und an die Zeit, als er hier ein paarmal mit seinem Käfer durchgefahren ist. (G. Karau. Go oder Doppelspiel im Untergrund).

Затем ... пытается припомнить и те времена, когда он здесь проезжал на своем “жуке“ – “фольксвагене“ старой модели. (Г. Карау. Двойная игра).

В этом случае задача переводчика заключается в том, чтобы создать такое неравенство ПТ по отношению к ИТ, которое компенсировало бы незнание русским читателем того, что первые модели машины “фольксваген” за форму своего кузова получили в Германии шутливое название “жук”.

Нередко исходный текст рассчитан на информацию, которой располагают носители ИЯ, но не носитель ПЯ. Это обстоятельство должен учитывать переводчик и вносить в перевод соответствующие корректуры:

Der Blackout einundsechzig war wie eine Explosion. (Ebenda)

Сюрприз шестьдесят первого, когда была закрыта граница между Восточным и Западным Берлином, был подобен взрыву. (Там же)

Здесь прослеживаются расхождения лингвоэтнического характера между носителями ИЯ и носителями ПЯ, которые носят культурно-исторический и актуально-событийный характер. В таком случае переводчик использует преинформацию культурно-исторического плана, прибегая к описательному переводу.

In der Gaststätte bestellte er Hackepeter. (Ebenda)

В ресторанчике он заказал хакепетер, блюдо из мелко рубленного сырого мяса с пряностями. (Там же)

Здесь мы видим комбинацию уже двух приемов: транслитерация плюс описательный перевод.

2) Транслитерация + переводческий комментарий

Da endlich steht er unter der heiBen Dusche, trinkt, schon im Halbschlaf, einen Magenbitter, genieBt wie sich alles in ihm entspannt und löst.

Потом он стоит под горячим душем, полусонный пьет магенбиттер\* и с наслаждением ощущает во всем теле приятную теплоту и покой.

К этому переводу переводчик дает комментарий, что магенбиттер – это разговорное выражение для водки. В этом случае можно прибегнуть и к элиминации национально-культурной лексики (а именно, к компенсации) заменив магенбиттер на слово “водка”, более понятное для носителя русской культуры. В следующем примере автор также прибегает к элиминации национально-культурной лексики.

In keinem Fall ergibt die Űberprüfung der Zeitdifferenzen zwischen Ein- und Ausreise ein Verdachtsmoment. Wer hereingekommen ist, ist auch wieder hinaus. Es ist das übliche Feuer-Wasser-Kohle Spiel, bei dem man immer zu hören bekommt Wasser. (Ebenda)

Ни в том, ни в другом случае дополнительная проверка разницы между временем въезда и выезда не выявила ничего подозрительного. Кто въехал, тот выехал. Одним словом как при гадании “любит не любит”, когда все время выходит “не любит“.(Там же)

Здесь же неравенство заключается в том, что сравнение описываемой ситуации с абсолютно неизвестной русскому читателю немецкой игрой заменено сравнением с хорошо известной ему русской реалией, которое не хуже немецкого сравнения характеризует ситуацию.

В качестве примера элиминации национально-культурной лексики приведем еще один пример - строки из “Евгения Онегина” А.С. Пушкина и их перевод на английский язык:

Они хранили в жизни мирной They kept the good old ways and

Привычки милой старины; At Carnival in savory cheer,

У них на масленице жирной Eating the pancakes custom hallowed;

Водились русские блины; They took communion twice a year;

Два раза в год они говели; At Christmas carols were their pleasure;

Любили круглые качели, They liked to tread a country measure;

Подблюдны песни, хоровод; At Whitsun, when the populace

В день Троицын, когда народ Yawned through the long thanksgiving Mass

Зевая, слушает молебен, To sentiment the pair conceded

Умильно на пучок зари A tear upon the kingcups shed;

Они роняли слезки три; To certain habits they were wed;

Им квас как воздух был потребен As men need air, ‘twas kvass they needed,

И за столом у них гостям Liked hearty guests who ate and drank,

Носили блюда по чинам. And served each course to them by rank.

А.С. Пушкин, Translated by

“Евгений Онегин”, гл.2. Babette Deutsch

Проанализировав отрывок из произведения А. С. Пушкина, можно увидеть, что в переводе на английский язык произошел ряд превращений русской жизни в западный уклад бытия:

МАСЛЕНИЦА Carnival

БЛИНЫ pancakes

ГОВЕТЬ to take communion

КРУГЛЫЕ КАЧЕЛИ ---

ПОДБЛЮДНЫЕ ПЕСНИ carols

ХОРОВОД ---

ТРОИЦЫН ДЕНЬ Whitsun

МОЛЕБЕН Mass

КВАС kvass

В приведенном отрывке и его переводе мы видим, что переводчик заменил некоторые понятия культуры русского народа на соответствующие понятия английской культуры, более близкие получателям текста – англичанам ( переводчик использовал метод компенсации). Православный молебен был заменен католической Mass, а Троицын день превратился в западно-христианский Whitsun. Лишь только слово квас не имеет аналогов в английском языке, и поэтому оно было переведено методом транслитерации. [9, с.223].

Итак, причинами переводческих трансформаций являются существенные расхождения коммуникативных компетенций носителей ИЯ и носителей ПЯ и необходимость нивелировать их ради достижения равноценности регулятивного воздействия ИТ и ПТ.

В переводе переводчик помогает участникам коммуникации преодолеть мешающие им расхождения лингвоэтнических составляющих их коммуникативных компетенций. Переводчик не несет ответственности за несовпадения личностных и социальных компонентов КК. Из этого следует, что когда мы (применительно к переводу) говорим о расхождении коммуникативных компетенций носителей ИЯ и носителей ПЯ, то имеем в виду исключительно расхождение их лингвистических частей.

В свете сказанного, лингвоэтнический барьер, разделяющий носителей разных языков, можно определить как расхождение лингвоэтнических частей их коммуникативных компетенций. В такой ситуации, как следствие этнических, культурных различий двух народов, может возникнуть проблема “супертрансформации”. У каждого народа есть свой, чисто национальный подход к некоторым предметам и явлениям, не совпадающий с взглядом на них других народов. Эти расхождения не поддаются нивелированию с помощью переводческих трансформаций.

Так, например, у некоторых народов Юго-Восточной Азии похороны – веселый праздник. Собравшиеся искренне верят, что покойный переселился в лучший мир, и радуются за него. Как достичь равноценности регулятивного воздействия при переводе сюжета о таких похоронах? Или как добиться этой равноценности при переводе рекламы свиной колбасы на языки мусульманских народов, считающих свинину нечистым мясом? Можно было бы заменить поминки именинами или свинину бараниной, но такая сверхтрансформация абсурдна, поскольку ничего не оставляет от содержания исходного текста.

Из сказанного следует, во-первых, что возможность достижения равноценности регулятивного воздействия ИТ и ПТ с помощью переводческих трансформаций небеспредельна. И, во-вторых, что мера этих трансформаций ограничена.

С одной стороны, как мы видим, полноценный перевод в определенных случаях невозможен, с другой же, как нам известно, представители разных народов успешно общаются друг с другом с помощью перевода, достигая согласований действий, обмениваясь культурными ценностями и т.д. Иными словами, практика свидетельствует о достаточно высокой эффективности перевода.

**Заключение**

В нашей работе мы исследовали понятие “стереотип“ как часть национального характера того или иного народа. На основе проделанной работы можно сделать следующие выводы:

Исследовав понятие стереотипа в различных науках, было выявлено, что этот феномен можно рассматривать в двух аспектах:

как относительно устойчивый, обобщающий образ или ряд характеристик, свойственных представителям одного культурного и языкового пространства, или представителям других наций в глазах данного народа;

как культурно-детерминированное представление, существующее как в виде ментального образа, так и в виде вербальной оболочки. Стереотип в этом случае является и процессом, и результатом общения согласно определенным семиотическим моделям. Стереотип (как родовое понятие) включает в себя стандарт, являющийся неязыковой реальностью, и норму, существующую на языковом уровне. В качестве стереотипов могут выступать как характеристики другого народа, так и все, что касается представлений одной нации о культуре другой нации в целом.

Понятия “национальный характер” и “стереотип” в широком понимании являются почти тождественными терминами, поскольку они формируются под влиянием культурного и исторического окружения той или иной нации. Единственным различием является то, что национальный характер является родовым понятием, включающим в себя стереотип, как составляющее единого целого. Типичными чертами национального характера англичан считают уравновешенность, чопорность, надменность, стремление следовать правилам; немцам же причисляют пунктуальность, бюрократизм, аккуратность, любовь к порядку, основательность в делах, дисциплинированность, трудолюбие. В соответствии с названными чертами национального характера, в английском и немецком обществе формируются разные стереотипы культуры, призванные подчеркнуть эти черты и сложившиеся представления о нации.

В процессе восприятия стереотипов культуры другого народа возникает конфликт культур - результат несовпадений принятых норм и стандартов (а это и есть стереотипы) в своей и чужой для реципиента культуре. Столкновение стереотипов, характерных для разных культур (то есть конфликт культур), может создать трудности в общении, стать причиной “культурного шока” и таким образом привести к непониманию культуры другого народа. Основными стереотипами, создающими трудности в общении между людьми разных культур, являются субъектные/национально-психологические и деятельно-коммуникативные лакуны, отражающие национально-культурные особенности коммуникантов к различным лингвокультурным общностям и национально-культурную специфику различных видов деятельности в их коммуникативном аспекте.

Поведение каждого человека (несмотря на то, что в частных случаях оно индивидуально) в любом обществе типизировано, то есть оно подчиняется нормам, выработанном в данном обществе индивидуально и многообразно. Набор стереотипов для каждого отдельно взятого общества сугубо специфичен. Культурные стереотипы оказывают влияние на поведение человека в пределах родного культурного и языкового пространства и начинают усваиваться именно с того момента, когда человек осознает себя частью определенного этноса, частью определенной культуры. Исследователи подразделяют стереотипы, руководствуясь следующими принципами:

Принадлежность к той или иной нации: автостереотипы, отражающие то, что люди думают сами о себе, и гетеростереотипы, относящиеся к другому народу.

Бессознательность стереотипов: этнические стереотипы, культурные стереотипы, лакуны.

Психолингвистический аспект восприятия окружающей действительности: стереотипы-образы и стереотипы-ситуации.

Устойчивость стереотипов и их обусловленность исторической, международной, внутриполитической ситуацией и другими факторами: поверхностные и глубинные стереотипы, среди глубинных стереотипов выделяются также внешние стереотипы.

Существование одних и тех же стереотипов в культуре разных народов: квазистереотипы, совпадающие в целом, но различающиеся нюансами, деталями, имеющими принципиальное значение.

Наличие общего и специфичного в стереотипах: варианты и инварианты, где в случае с инвариантами стереотипизации подвергаются внешние аспекты деятельности, а в случае с вариантными стереотипизируются как план выражения, так и план содержания.

Целостность культуры, устойчивость ее структуры, ее жизнеспособность: стереотипы поведения, восприятия, понимания, общения.

Следующие явления в культуре отдельного народа относятся к стереотипам:

Вербальное поведение

Невербальное поведение (мимика, жесты, телодвижения)

Национальный характер и представления о нем другими нациями

Социальные ситуации, поведение в социальных ситуациях

Особенности быта и повседневной жизни нации

Национальная кухня

Религиозные и национальные обряды

Для успешного осуществления коммуникативного акта между разными нациями необходимо не только владение языком, но и также наличие фоновых знаний. Большую роль в коммуникативном процессе играют прецедентные имена – индивидуальные имена, ситуации, широко известные представителям той или иной нации. нации. Прецедентные имена являются составляющей такого понятия как фоновые знания. Как фоновые знания, так и прецедентные имена важны для “расшифровки” и интерпретации национальных стереотипов культуры, для их осмысления и правильного толкования. Они включают систему мировоззрения, взглядов, господствующих в данном обществе, этических оценок, эстетических вкусов, нормы речевого и неречевого поведения и большую часть знаний, которыми обладают все члены данного общества. Многие стороны жизни народа, традиции быта, обычаи, исторические события, которые известны членам данного языкового общества и неизвестны иностранцу, стали причиной возникновения тех или иных стереотипов в данном культурном пространстве.

Каждый язык по-своему членит мир, то есть имеет свой способ его концептуализации. Отсюда можно сделать вывод, что каждый язык имеет особую картину мира, и языковая личность обязана организовывать содержание высказывания в соответствии с этой картиной. В этом и проявляется специфически человеческое восприятие мира, зафиксированное в языке. Незнакомую культуру следует рассматривать как самоорганизующуюся систему, обладающую специфическим для нее набором кодов, являющихся для другой локальной культуры “чуждыми”. Процесс понимания незнакомой культуры, таким образом, есть расшифровка “чуждых” кодов, преобразование их в свои, ‘естественные”. Основными причинами неадекватного понимания инокультурного текста могут являться описания ситуаций, поведения героев, описания их эмоций и внешности, также причиной неверного понимания инокультурного текста могут послужить описания речевых ситуаций, несвойственных для культуры носителя ПЯ, столкновение с нетипичным невербальным поведением, в которое могут входить мимика, жесты, телодвижения, не имеющие аналогов в культуре носителя ПЯ либо интерпретирующиеся в соответствии с представлениями данного народа.

Каждый язык по-своему членит мир, то есть имеет свой способ его концептуализации. Отсюда можно сделать вывод, что каждый язык имеет особую картину мира, и языковая личность обязана организовывать содержание высказывания в соответствии с этой картиной. В этом и проявляется специфически человеческое восприятие мира, зафиксированное в языке. Язык фиксирует коллективные стереотипные и эталонные представления, объективирует интерпретирующую деятельность человеческого сознания. Картина мира того или иного этноса становится фундаментом культурных стереотипов. Ее анализ помогает выявить различия в национальной культуре того или иного народа.

Основными видами переводческих трансформаций, использующихся при переводе текстов, содержащих стереотипы культуры, являются:

описательный перевод

транслитерация плюс описательный перевод

транслитерация плюс переводческий комментарий

компенсация (эдиминирование) национально-культурной лексики

**Список литературы**

1. Ахманова О.С. Словарь лингвистических терминов. М., 1969.

2. Белянин Е.Н. Психолингвистические аспекты художественного текста. М., 1988.

Вежбицкая А. Сопоставление культур через посредство лексики и прагматики. М., 2001.

Вежбицкая А. Язык. Культура. Познание. М., 1997.

Верещагин Е.М., Костомаров В.Г. Язык и культура/ Лингвострановедение в преподавании русского языка как иностранного. М., 1976.

Вунд В. Проблемы психологии народов. СПб., 2001.

Гоголь Н.В. Избранные произведения. М., 1984.

Зиброва Г.Г. Учебное пособие по немецкому языку для развития навыков устной речи (с использованием оригинального текста романа Э.М. Ремарка “Три товарища”). М., 1998.

Кабакчи В.В. Практика англоязычной межкультурной коммуникации. СПб, 2001.

Когнитивная психология. Отв. ред. Ломов Б.Ф. М., 1986.

Кордуэлл М. Психология А-Я. Словарь-справочник. М., 2000.

Краткий политический словарь. М., 1987.

Латышев Л.К. Технология перевода. М., 2001.

Леонтьев А.А., Тарасов Е.Ф. Национально-культурная специфика речевого поведения. М., 1977.

Леонтьев А.А. Основы психолингвистики. М., 1997.

Лотман Ю.М. Декабрист в повседневной жизни. – “Литературное наследие декабристов”. Л., 1975.

Мальцева Д.Г. Германия: страна и язык. Лингвострановедческий словарь. М., 1998.

Маслова В.А. Лингвокультурология. М., 2001.

Моэм У.-С. Собрание сочинений.В 5 т. Т.2. М., 1991.

Мюллер В.К. Англо-русский словарь. М., 1990.

Немецкие народные баллады, в пер. Л. Гинзбурга.М., 1959.

Оруэлл Дж. “1984” и эссе разных лет. М., 1989.

Павловская А.В. Этнические стереотипы в свете межкультурной коммуникации. // Вестник МГУ. Сер.19. Лингвистика и межкультурная коммуникация. 1998, №1, с.94-104.

Ремарк Э.М. Три товарища. М., 2000.

Роль человеческого фактора в языке. Отв. ред. Серебренников Б.А. М., 1988.

Сорокин Ю.А. , Марковина И.Ю. Этнопсихолингвистика. М., 1988.

Сорокин Ю.А. Психолингвистические аспекты изучения текста. М., 1985.

Текст как явление культуры. Под ред. Антипова Г.А. и др. Новосибирск, 1989.

Тер-Минасова С.Г. Язык и межкультурная коммуникация. М., 2000.

Томахин Г.Д. Фоновые знания как основной предмет лингвострановедения // ИЯШ, 1980, № 4, с.85.

Филиппова М.М. Парадоксы и стереотипы межкультурного общения представителей русской и британской культур. Вестник МГУ. Сер.9.Филология. 2002, №3, с.64-82.

Философский словарь. Под ред. Фролова И.Т. М., 1987.

Широканов Д.И., Алексеева Е.А. Стереотипы и динамика мышления. Минск, 1993.

Этнические стереотипы поведения. Л., 1985.

Maugham S. The Moon and Sixpence, Moscow, 1972.

Hornby A.S. Oxford Advanced Dictionary of Current English.

The Longman Dictionary of English Language and Culture, Addison Wesley Longman 1998.

The Clash of Cultures ... in Small Talk // Hello! 1999. № 4, с.4-5.

The Clash of Cultures ... And How to Avoid It // Hello! 1999. № 1, с.4.

http:// www.yandex.ru

http://hronos.km.ru/land/organ.html

http://image.websib.ru/03/index.html