

3. Що Вам легше проводити лекцію _____ практичне заняття _____ ?
4. Яким чином Ви проводите лекції?
- а) лекція-монолог;
 - б) лекція з елементами діалогу з аудиторією;
 - в) лекція з елементами дискусії;
 - г) лекція, побудована на вільному спілкуванні з аудиторією
6. Яким чином Ви проводите практичні заняття?
- а) опитування у формі діалогу;
 - б) підготовка і повідомлення студентами рефератів-доповідей;
 - в) робота студентів у групах;
 - г) організація і проведення дискусії
7. Які технології Ви використовуєте у навчальному процесі при підготовці студентів?
8. Що Ви знаєте про інтерактивні технології навчання?
-
9. Чи застосовуєте у навчально-виховному процесі інтерактивні технології
-
10. Які саме технології Вам вдаються найкраще?

УДК 368.1

О.І. Кретьова

ДО ПИТАННЯ МОВНОГО СТЕРЕОТИПУ ТА ЙОГО ЗНАЧЕННЯ ДЛЯ ПЕРЕКЛАДУ

***Анотація.** У статті розглядаються питання мовних, культурних, поведінкових стереотипів та їх значення для діалогу культур. Окремо з'ясовується роль стереотипів для перекладу та професійної діяльності перекладача.*

***Аннотация.** В статье рассматриваются вопросы языковых, культурных, поведенческих стереотипов и их значение для диалога культур. Отдельно выясняется роль стереотипов для перевода и профессиональной деятельности переводчика.*

***Annotation.** The article is focused on the problem of language, culture, behaviour stereotypes and their influence on culture dialogue. The role of stereotypes in translation theory and translator / interpreter activities is under discussion.*

Останнім часом всебічно обговорюється проблема взаємозв'язку культури, мови й свідомості – проводяться всілякі дослідження мовної картини світу у носіїв певної мови, укладаються асоціативні словники різних мов, що дають багатий матеріал для вивчення особливостей сприйняття дійсності в рамках тієї чи іншої культури. Безперечним є факт, що мови культури різноманітні. Адже „за своєю суттю культура є поліготною” (М.С. Каган). Кожна мова культури має свої особливості, вона не може бути адекватно перекладеною жодною іншою мовою. „Безліч мов потрібні культурі саме тому, – стверджує М.С. Каган, – що її інформаційний зміст є всебічно багатим і кожен специфічний інформаційний процес має потребу в адекватних засобах утілення” [1, 5]. Словом, набуває актуальності висловлена ще на початку століття Л.В. Щербою думка

про те, що “світ, який даний нам у нашому безпосередньому досвіді, залишаючись повсюдно тим самим, досягається різним чином у різних мовах, навіть у тих, на яких говорять народи, що становлять собою певну єдність із погляду культури...” [2, 347].

Метою ж нашої наукової розвідки стане розгляд проблеми мовної картини світу та стереотипу як її складової, а також з’ясування їх значення для перекладу, а значить – і для підготовки перекладачів.

У сучасній лінгвістиці мовна картина світу визначається як представлення предметів, явищ, фактів, ситуацій дійсності, ціннісних орієнтирів, життєвих стратегій і сценаріїв поводження в мовних знаках, категоріях, явищах мови, що є семіотичним результатом концептуальної репрезентації дійсності, в етносвідомості.

Підставою проблеми мовної картини світу є концепція внутрішньої форми мови В.фон Гумбольдта і неогумбольдтіанські постулати етнопсихолінгвістики. Мовна картина світу співвідноситься з поняттями наукової й наївної картин світу: перша опосередкована науковим знанням про світ, друга – національно-культурним і емпіричним досвідом етносу.

Як бачимо, у цілому поняття мовної картини світу пов’язане з поняттями „народ”, „етнос”, „нації” і розумінням національного характеру особистості. Що поєднує людей у народ? Що визначає приналежність людей до того або іншого народу, що поєднує людей?

Об’єднуючою й цементуючою силою є його історія, що зберігається в соціальній пам’яті, у культурі. Історичний підхід обумовлює необхідність розгляду поняття „народ” у двох контекстах:

- народ як етнічна (етногенетична) спільнота;
- народ як етносоціальна спільнота.

Етнос – це соціальна група, членів якої поєднує етнічна самосвідомість, що формується на основі його уявлень про своє походження, про генетичний зв’язок з іншими представниками цієї групи.

Людина є носієм певної національної ментальності і мови, що беруть участь у спільній діяльності (і що особливо важливо – мовній діяльності) з іншими представниками національної спільноти. Сучасним дослідникам цікавою є не людина взагалі, а людина у мові. Справа в тому, що мова є єдиним засобом, здатним допомогти проникнути у приховану від споглядання сферу ментальності, тому що вона визначає приховану сферу членування світу в тій чи іншій культурі. Вона розповідає про людину такі речі, про які сама людина й не здогадується.

І.А. Гончаров у листі до Є.Н. Нарішкіної писав: “Мова не є тільки говіркою: мова є образом усього внутрішнього людини: її розуму, того, що називається серцем, вона є виразником виховання, всіх розумових і моральних сил”.

У розумінні явища „мовна картина світу” значне місце посідає також значення феномена „стереотип”. Сам феномен „стереотип” розглядається не лише в роботах лінгвістів, але й соціологів, етнографів, когнітологів, психологів, етнопсихолінгвістів (У. Ліппман, І.С. Кон, Ж. Коллен, Ю.Д. Апресян, Ю.А. Сорокін, В.А. Рижков, Ю.Є. Прохоров, В.В. Червоних, П.Н. Шихіреєв, А.В. Михеєв, С.М. Толстая, Є. Бартмінський, А.К. Байбурін, С.Г. Батигін, С.В. Силінський та ін.).

Представники кожної з названих наук виокремлюють у стереотипі ті його властивості, які вони відзначають із позицій своєї сфери дослідження, а тому виділяються соціальні стереотипи, стереотипи спілкування, ментальні стереотипи, культурні стереотипи, етнокультурні тощо. Наприклад, *соціальні стереотипи* знаходять свій вияв як стереотипи мислення й поведінки особистості. *Етнокультурні*

стереотипи – це узагальнене уявлення про типові риси, що характеризують будь-який народ. Німецька акуратність, російське „либонь”, китайські церемонії, африканський темперамент, запальність італійців, упертість фінів, повільність естонців, польська галантність – ось стереотипні уявлення про цілий народ, які поширюються на кожного його представника.

Стереотип визначається як схематичний, стандартизований образ або уявлення про соціальне явище чи об’єкт. Зазвичай стереотипи емоційно забарвлені, стійкі і виражають звичне ставлення людини до якогось явища, що склалося під впливом соціальних умов і попереднього досвіду.

Слова „стереотип”, „стереотипний” мають негативне забарвлення у багатьох мовах, тому що визначаються через слово „шаблонний”, що має на увазі „позбавлений оригінальності й виразності”. Це не цілком справедливо стосовно слова „стереотип” взагалі, а в контексті проблем міжкультурної комунікації – особливо. При всьому своєму схематизмі й узагальненості стереотипні уявлення про інші народи й інші культури підготовляють до зіткнення із чужою культурою, послабляють удар, знижують культурний шок. „Стереотипи дозволяють людині скласти уявлення про світ у цілому, вийти за рамки свого вузького соціального, географічного й політичного світу” [3].

Уперше поняття стереотипу використав У. Ліппман (1922 р.), який вважав, що вони є впорядкованими, схематичними, детермінованими культурою „картинки світу” у голові людини, які заощаджують її зусилля при сприйнятті складних об’єктів світу. За такого розуміння стереотипу виділяються дві його важливі риси – детермінованість культурою й виконання ролі засобу економії трудових зусиль, а значить, і мовних засобів. Якщо алгоритми розв’язання математичних завдань заощаджують мислення людини, то стереотипи „заощаджують” саму особистість [4, 28].

У когнітивній лінгвістиці й етнолінгвістиці термін „стереотип” стосується змістовного аспекту мови й культури, тобто розуміється як ментальний (розумовий) стереотип, що корелює з „наївною картиною світу”. Таке розуміння стереотипу зустрічається в роботах Є. Бартмінського і його школи; мовна картина світу й мовний стереотип співвідносяться в нього як частина й ціле, при цьому мовний стереотип розуміється як судження або кілька суджень, що стосуються певного об’єкта позамовного світу, суб’єктивно детерміноване представлення предмета, у якому співіснують описові й оцінні ознаки і яке є результатом тлумачення дійсності в рамках соціально вироблених пізнавальних моделей. В.А. Маслова вважає мовним стереотипом не тільки судження або кілька суджень, але й будь-який стійкий вираз, що складається з декількох слів, наприклад, стійке порівняння, кліше тощо: *особа кавказької національності, сивий як лунь, новий росіянин*. Уживання таких стереотипів полегшує й спрощує спілкування, заощаджуючи сили комунікантів.

Ю.А. Сорокін визначає стереотип як деякий процес і результат спілкування (поводження) відповідно до певних семіотичних моделей, список яких є закритим з тих або інших семіотико-технічних принципів, прийнятих у деякому соціумі. При цьому семіотична модель реалізується на соціальному, соціально-психологічному рівнях (стандарт) або на мовному, соціально-психологічному рівнях (норма). Стандарт і норма існують у двох видах: як штамп (надмірно експлікований складний знак) або як кліше (недостатньо експлікований складний знак) [5].

Існують автостереотипи, які відбивають те, що думають люди самі про себе, і гетеростереотипи, що стосуються іншого народу, і саме вони є більш критичними. Наприклад, те, що у свого народу вважається проявом ощадливості, в іншого народу – проявом жадібності. Люди сприймають етнокультурні стереотипи як зразки, яким треба

відповідати, щоб „люди не сміялися”. Тому стереотипи здійснюють досить сильний вплив на людей, стимулюючи в них формування таких рис характеру, які відбиті в стереотипі.

Фахівці з етнічної психології, які досліджують етнокультурні стереотипи, відзначають, що нації, що перебувають на високому рівні економічного розвитку, підкреслюють у себе такі якості, як розум, діловитість, заповзятливість, а нації з більш відсталою економікою – доброту, сердечність, гостинність.

Н.В. Уфімцева диференціює етнічні стереотипи й культурні стереотипи: етнічні стереотипи недоступні саморефлексії „наївного” члена етносу і є фактами поведінки та колективного несвідомого, їм неможливо спеціально навчати. А культурні стереотипи доступні саморефлексії і є фактами поведінки, індивідуального несвідомого, їх можна засвоювати.

Стереотипи завжди національні, а якщо зустрічаються аналоги в інших культурах, те це квазістереотипи, тому що, співпадаючи у цілому, вони різняться нюансами, деталями, які мають принципове значення. Наприклад, феномени й ситуація черги в різних культурах різні, а отже, різним буде й стереотипне поводження: у нас запитують: „Хто останній?” або просто включають у чергу, у ряді європейських країн відривають квиток у спеціальному апараті й після цього стежать за цифрами, що загораються над віконцем, наприклад, на пошті, у посольстві, консульстві тощо [6, 140].

Отже, стереотип – це деякий фрагмент концептуальної картини світу, ментальна „картинка”, стійке культурно-національне уявлення (за Ю.Є. Прохоровим, „суперстійке” і „суперфіксоване”) про предмет або ситуацію. Він є певним культурно-детермінованим уявленням про предмет, явище, ситуацію. Але це не лише ментальний образ, але і його вербальна оболонка. Належність до конкретної культури визначається саме наявністю базового стереотипного ядра знань, що повторюється в процесі соціалізації особистості у даному суспільстві, тому стереотипи вважаються прецедентними (важливими, представницькими) іменами в культурі.

В основі формування етнічної свідомості й культури як регулятори поводження людини лежать фактори як уроджені, так і ті, що здобуваються в процесі соціалізації – культурні стереотипи, що засвоюються з того моменту, як тільки людина починає ідентифікувати себе з певним етносом, певною культурою й усвідомлювати себе їх елементом.

Механізмом формування стереотипів є багато когнітивних процесів, тому що стереотипи виконують низку когнітивних функцій – функцію схематизації і спрощення, функцію формування й зберігання групової ідеології тощо.

Культуросфера певного етносу містить ряд елементів стереотипного характеру, які, як правило, не сприймаються носіями іншої культури; ці елементи Ю.А. Сорокін і І.Ю. Марковіна називають лакунами: усе, що в інокультурному тексті реципієнт помітив, але не розуміє, що видається йому дивним і потребує інтерпретації, є сигналом присутності в тексті національно-специфічних елементів культури, у якій створений текст, а саме – лакун.

Стійкість культури, її життєздатність обумовлені тим, наскільки розвиненими є структури, які визначають її єдність, цілісність. Цілісність культури припускає вироблення стереотипів культури – стереотипів цілепокладання, поводження, виховання, розуміння, спілкування тощо, тобто стереотипів загальної картини світу. Важливу роль у формуванні стереотипів відіграє частота зустрічальності певних об’єктів, явищ у житті людей, що часто виявляється у тривалих людських контактах саме з цими об’єктами порівняно з іншими, що й призводить до стереотипізації подібних об’єктів.

Стереотип поведінки є одним із найважливіших серед стереотипів, адже він може переходити в ритуал. Взагалі стереотипи мають багато спільного із традиціями, міфами, ритуалами, але від останніх відрізняються тим, що традиції й звичаї характеризують їх об'єктивна значимість, відкритість для інших, а стереотипи залишаються на рівні прихованих умонастроїв, які існують у середовищі „своїх” [7].

Люди різних народностей, країн і континентів користуються однією й тією ж технікою, вживають однакові ліки, їздять на машинах однакових марок, дивляться ті ж передачі по телебаченню. Прилучення до благ цивілізації веде до втрати національної специфіки, тому набуває актуальності розвиток мистецтва, художньої культури, що втілює в художніх образах національні традиції, риси національного характеру.

Найбільш популярним джерелом стереотипних уявлень про національні характери є так звані міжнародні анекдоти, тобто анекдоти, побудовані на шаблонному сюжеті: представники різних національностей, потрапивши в одну й ту ж ситуацію, реагують на неї по-різному, відповідно до тих рис їх національного характеру, які приписують їм на батьківщині анекдоту.

Таке розуміння стереотипу є надзвичайно важливим для перекладу в цілому і для перекладача як фахівця-професіонала. Справа у тому, що, здійснюючи процес перекладу, перекладачеві часто доводиться стикатися з проблемою нерозуміння тих чи інших реалій, понять, якими оперує носій мови, з якої він перекладає. Причиною таких непорозумінь часто стають саме ті чи інші стереотипи (мовні, культурні, поведінкові тощо). І тому з метою забезпечення максимальної ефективності комунікації йому доводиться вдаватися до пояснень, тлумачень таких реалій чи стереотипів сприйняття представників однієї культури представниками іншої. І саме у зв'язку з цим вимога щодо необхідності спеціальної професійної підготовки перекладача (тобто не лише суто мовної, але й обов'язково лінгвокультурологічної) набуває особливої актуальності. З іншого боку, стереотипи, як уже зазначалося вище, полегшують сприйняття представників різних культур один одним за умови, що вони існують в їх свідомості, і саме тому полегшують роботу перекладача. Усе це, безумовно, потребує врахування у процесі професійної підготовки майбутніх перекладачів у ВНЗ.

Отже, стереотип характерний для свідомості і мови представника культури і є своєрідним стрижнем культури, її яскравим проявом, а тому є опорою особистості в діалозі культур, посередником у якому часто виступає перекладач.

Література

1. Каган М.С. Философия культуры. – Спб, 1996.
2. Щерба Л.В. Избранные труды по языкознанию и фонетике. – Ленинград, 1958. – Т.1.
3. Тер-Минасова С.Г. Язык и межкультурная коммуникация. www.abroad.ru .
4. Маслова В.А. Лингвокультурология: Учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений. – М.: Академия, 2001.
5. Сорокин Ю.А. Стереотип, штамп, клише: К проблеме определения понятий // Общение: Теоретические и прагматические проблемы. – М., 1998.
6. Уфимцева Н.В. Россияне: опыт ещё одного самопознания// Этнокультурная специфика языкового сознания. – М., 1996.
7. Верещагин Е.М., Костомаров В.Г. Язык и культура. – М.: Русский язык, 1990.