

KULTURÁLIS SZTEREOTÍPIÁK

HIDASI JUDIT

Dr. HIDASI Judit tanszékvezető főiskolai tanár, kandidátus. 1971 óta dolgozik a Külkereskedelmi Főiskolán; jelenleg nemzetközi igazgató és a Keleti Kommunikációs és Továbbképző Intézet vezetője. Fő kutatási területe: alkalmazott nyelvészet és interkulturális kommunikáció. A Team Euope Hungary tagja.



A 90-es évek Európáját két, alapjában ellentétes törekvéshatja át. A felerősödött **integrációs törekvéseknek** köszönhetően Európa számos országában már kialakult és más országokban folyamatban van a jogharmonizáció, a gazdasági integráció - annak összes következményével együtt, ami a pénzügyi rendszertől kezdve a munkavállalásig és oktatásig a gazdasági és társadalmi szféra sok-sok területét érinti. Ugyanakkor viszont részben pontosan ezek az egységesítési törekvések, részben pedig - elsősorban Kelet-Európában - a bekövetkezett politikai változások az etnikai-nemzeti identitás-tudat erősödését idézték elő. Ebben a nyelvi és vallási motívumok mellett nem el hanyagolható szerepet játszanak a kulturális tényezők.

Nem kellett hozzá sok idő, hogy bebizonyosodjék, hogy az európai integráció kerékkötője nem a pénzügyi, vagy jogi rendszerek különbözőségében, de nem is az államapparátus országonként eltérő szerveződésében és egyebekben keresendő, hanem mindennél jobban a kulturális sokszínűségben. Pontosabban: a kulturális sokszínűségből adódó kommunikációs nehézségekben és értékrendbeli eltérésekben. Ez az Európára olyannyira jellemző kulturális diverzifikáció számos döntés-folyamatot lelassít, megnehezíti, adott esetben meg is gátol. Alighanem ezért sem véletlenül nyilatkozta azt Jean Monnet, az Európai Közösség alapító atyja, hogy "Ha újból kezdhethném az európai integrációt, akkor bizonyára a kultúrával kezdeném!" ("If I were again facing the challenge to integrate Europe, I would probably start with culture".)

Ez a két ellentétes ámde nem összeegyeztethetetlen folyamat érvényesülésének kellene tulajdonképpen helyet kapnia a management-oktatásban is. Ezt R. Crawshaw így fogalmazza meg

"While arguing for the European Dimension to be more strongly emphasised as a discreet, if diverse, tradition within management studies in Europe, it must be acknowledged that the challenge for educational institutions to understand cultural diversity in global terms has made the

concept of Europeanisation increasingly complex to define and to realise in practice."

Az Európa-Tanács számára készített jelentések és ajánlások egy fontos szemléletváltozás szükségességére hívják föl a figyelmet:

*"In the past, the history of Europe has deeply influenced our management practices. In the future, the ongoing dynamics of European integration will probably accelerate their convergence through a process of reciprocal learning. [...] Management education should give more importance to basic sciences which help understanding in what is happening in and around organisations: Sociology, Psychology, Economy. Understanding is more important than 'techniques'. There are some universal techniques but their use is dependent on the **cultural context** in which they are applied. [] The ultimate challenge for Europeans is to **understand each other better.**"* (kiemelés a szerzőtől)

Az egymás jobb megértéséhez azonban elengedhetetlenül szükséges két dolog: az egyik az egyes nemzetek, kultúrák kölcsönös jobb megismerése, azaz az **interkulturális kompetencia erősítése**; a másik a már meglévő ismeretek - ezen belül kulturális sztereotípiák revidálása.

A sztereotípiák természetéről

A sztereotípiák valójában "karikatúra természetű" általánosítások. Pontosan karikatúra-karakterűeknek köszönhetően torzító, túlzó jegyeiktől nem mentesek; általánosító jellegük miatt pedig túlságosan sematikusak, leegyszerűsítettek - és konkrét esetekben a valóság nemegyszer rájuk cáfol.

A sztereotípiák ugyanakkor egyre mobilabb világunkban számos *funkciót* látnak el. Először is egy bonyolult, számunkra ismeretlen közegben *rendszerező* szerepük van. Egyfajta *kapaszkodót* kínálnak - hiszen általuk sikerül egy ismeretlen tárgy, személy, stb. vonatkozásában az *osztályfogalmat* kialakítani, beazonosítani. A sztereotípiák alkalmazása révén törekszünk a *bizonytalansági tényezők csökkentésére*. Ennek például a nemzetközi tárgyalásoknál van óriási jelentősége. Egyidejűleg nem elhanyagolható az *önigazoló* funkció szem; *megerősítés-keresés* az előzetes elvárásokra vetítve - ez önbizalmat ad.

Közismert az a mondás, hogy a világon a három legjobb dolog: "amerikai lakás, kínai konyha, japán feleség". Ez az interkulturális sztereotípiát (interkulturális, mert egyrészt nemzetközi érvényű, tehát a világ különféle nációi érvényesnek fogadják el; és másrészt, mert nem egy kultúráról, hanem egy füst alatt többről fogalmaz meg sztereotípiát) pozitív töltetű, noha a kulturális sztereotípiák hagyományosan inkább negatív előjelűek. A negatív sztereotípiák többnyire előítélet-értékűek.

Téves lenne azt gondolni, hogy kulturális sztereotípiák csak másokról, más népekről, nemzetek képviselőiről élnek bennünk. Az önmagunkról alkotott

sztereotípiák legalább olyan mértékben meghatározzák viselkedésünket, fellépésünket, mint az úgynevezett "hetero-sztereotípiák", azaz azok az elvárások, előítéletek, amelyeket többnyire akaratunkon kívül másokkal szemben táplálunk.

Kulturális sztereotípiák

	Autó-sztereotípiák	Hetero-sztereotípiák
Mi	1 sz. -----> 1 sz. mi -----> önmagunkról	1 sz. -----> 3 sz. mi -----> másokról
Mások	3 sz. -----> 1 sz. mások -----> rólunk	3. sz. -----> 3 sz. mások -----> másokról

Honnan erednek a sztereotípiák?

A sztereotípiák jelentős része **másodkézből** származó információ alapján rakódik le az emberi tudatban. Az ezirányú információszerezés lehet akaratlagos és akaratunkon kívüli. **Akaratlagos** akkor, ha például külföldiekkel való találkozásra készülve igyekszünk előzetesen információt gyűjteni az adott népről, kultúráról, hogy "mire számíthatunk" az érintkezés során. Ez az információgyűjtés részben másoktól, már az adott relációban tapasztalatokat szerzett társaktól való szóbeli érdeklődés formájában, vagy pedig írott, már publikált vonatkozó anyagok áttanulmányozása révén is történhet. Sajnos azonban a legtöbb beszámoló nem mentes a szubjektív kommentároktól - és ez már önmagában is a sztereotípiázás irányába téríti a felkészülést. Ha aztán sor kerül a tényleges érintkezésre az adott náció képviselőivel, akkor önkéntelenül is az agyban megragadt sztereotípiá foszlányok igazolását keresi a befogadó személy, és ezek az elvárások többnyire rendre be is igazolódnak. Ezzel azonban a sztereotípiá-nyomat csak újabb megerősítést nyer, és nem-egyszer a tudatalattiig hatolva raktározódik el. Onnan aztán még ellentétes impulzusok ellenére is meglehetősen nehezen törölhető a későbbiek folyamán.

Akaratlanul kapunk folyamatos háttér-információt, kulturális sztereotípiákat is beleértve, attól a társadalmi közegetől, amiben élünk. Nap mint nap halljuk - kéretlenül is - szüleink, társaink, az utca embere, a média kiszólásait, elszólásait, megszólásait bizonyos kultúrákhoz kapcsolódó viselkedéstípusokról, értékekről. Ezek az unos-untalan hangoztatott sztereotípiá-megnyilvánulások fokozatosan ívódnak be tudatalattinkba és megszabadulni tőlük később saját ellentétes élmények hatására sem könnyű.

A **közvetlen** érintkezés, kommunikációs élmény sem biztosíték azonban a sztereotípiá-mentes értékformálásra. Ez irányú kutatásaim (Hidasi: 1995) megerősítettek abban, hogy az interkulturális ismeretekkel való felvérteztség reményt nyújthat a "miscommunication" elkerülésére. Az angol miscommunication szó gyűjtőfogalom; a magyar ennél sokkal precízebb: használjuk a "félreértés"

"félremagyarázás", "meg-nem-értés", "meg-nem-értettség", "elértés" fogalmakat is.

Sikertelen kommunikáció, azaz a félreértés, meg-nem-értés és a meg-nem-értettség élménye nem múlik el nyomtalanul. Sok esetben (A) is és (V) is dühödten, vagy sértetten, de legalábbis megzavarodva éli meg ezt az élményt. Szerencsés esetben jót mulatunk a félreértésen, de sok szituációban, különösen ha károsodás ér bennünket, (akár megszégyenülés, akár anyagi vagy erkölcsi kár) akkor bizony frusztráltak leszünk a kommunikációs kudarctól. Ezért a kudarccért gyakorta nem önmagunkat, hanem a kommunikációs partnerünket hibáztatjuk, őt marasztaljuk el. Noha a legtöbb esetben nem másról van szó, mint hogy mind (A) mind (V) a saját kulturális kódrendszerében mozog, aszerint ítél és cselekszik, és ha ez ütközik egy más kultúra kódrendszerével, akkor következik be a "kommunikációs baleset".

Egyéni és nemzeti érzékenységtől is függ, hogy ilyen kommunikációs kudarcokra hogyan reagálunk. Mennél nagyobb valakinek a nemzetközi, kultúraközi tapasztalata, annál türelmesebb az esetleges kommunikációs nehézségek irányában. A kommunikáció sikertelensége, esetleges kudarc azonban sokakat indít negatív sztereotípiák megfogalmazására. Ekkor születnek az olyan, később csak nagyon nehezen korrigálható előítéletek, mint például: "X nép megbízhatatlan", vagy hogy "Z náció férfitagjai gorombák a nőkhöz", stb.

Fontos, hogy megakadályozzuk ezeknek a negatív sztereotípiáknak a kialakulását, mert ezek, mint bármely előítélet, nem engedik a józan, objektív szempontok érvényesülését későbbi érintkezéseinkben az adott kultúra képviselőivel.

Mennyire általános érvényűek a sztereotípiák?

Gondolhatnánk, hogy vannak olyan jelek, amelyeket mindenki kultúrájától függetlenül, azonos módon értékel. Vegyük például a mosolyt. A mosolyt általában pozitív üzenetként dekódolja a legtöbb társadalom: boldogok vagyunk, ha egy csecsemő "megtanul" mosolyogni; örülünk, ha a járműveken vidám, mosolygó arcú embereket látunk; értékeljük, ha az eladó mosolyogva szolgál ki. De vigyázat! A mosoly néhány társadalomban nem csak a jóindulat vagy öröm kifejezésére szolgál.

Távolkeleten, a kínaiaknál vagy a japánoknál a mosoly elsődleges funkciója a "leplezés"; ezért van az, hogy szerettei halálhírét mosolyogva jelenti be a kínai ember; hogy bosszúságát - mondjuk egy lekésett vonat miatt - nevetésbe burkolva leplezi a japán ember. Tehát egy egyszerű hétköznapi emberi megnyilvánulás a különféle társadalmakban másként funkcionálhat. Ha nincs tudomásunk erről a különbségről, akkor még azt hihetnénk, hogy a mosolygó kínai netán örült öccse halálhírének, vagy hogy a pályaudvarról kihúzó vonat után loholó japán tulajdonképpen nem is bánta, hogy lekéste az utolsó gyorsot, hiszen nevetett. Azért vagyunk hajlamosak ilyen értékelésekre, mert a mi kultúránkban a mosolyt nem szokás negatív töltésű érzelmekhez kapcsolni.

Európában sokszor abban a hitben élünk, hogy a mi kultúránk, és annak "üzenetei" univerzális értékűek. Be kell látnunk azonban, hogy ennek az elvárása naivság, hiszen a világ kulturálisan olyan gazdag és olyan sokszínű, hogy abban az európai csak egy a sok közül.

Erre hívja fel a figyelmet Crashaw is:

"Once again, in the field seen by many as having the greatest relevance to the issue of Europeanisation: that of inter-cultural management, it could be argued that the boundaries of cultural comparison are drawn as much by conviction as by international reality and that, as much of the existing literature indicates, the juxtaposition of France and Japan or The Netherlands and America - not to mention an understanding of the burgeoning business cultures of Central Europe, Malaysia and China - are just as inherently relevant for the future 'European' manager as the shared behavioural properties linking the management practices of Finland, Greece, Germany and the UK. Further close economic analysis and cultural argument will be needed if the common character of a European management culture is to remain at the forefront of educational debate."

Közkézen forog a XX. század végének Európáját sztereotípezáló séma. Milyen lesz az Egyesült Európa?

A Mennyország, ha: az *angolok* lesznek a **rendőrök**,
a *franciák* lesznek a **szakácsok**,
a *németek* lesznek a **technikusok**,
az *olaszok* lesznek a **szeretők**,
és az egészet a *svájciak* szervezik.

A Pokol, ha: a *németek* lesznek a **rendőrök**,
az *angolok* lesznek a **szakácsok**,
a *franciák* lesznek a **technikusok**,
a *svájciak* lesznek a **szeretők**,
és az egészet az *olaszok* szervezik.

Mit tehetünk a **negatív sztereotípiák kialakulásának megakadályozásáért?** Kívánatos, hogy a különféle kultúrák képviselőinek viselkedését megfigyeljük, megismerjük. Próbáljuk megérteni, hogy az adott kultúrában mi miért történik, és miért úgy van. Kísérreljük meg ezeket az ismereteket elhelyezni az adott kultúra kódrendszerének többi eleméhez viszonyítva, hiszen egy-egy összetevő súlya csak a **rendszerben betöltött szerepe felől** értelmezhető igazán. Mindezeknek az ismereteknek a birtokában sokkal megértőbben fogunk viszonyulni bármiféle, számunkra akár szokatlan interkulturális jelenségre.

Ez a fajta "megértő tolerancia" azonban nem öncélú. Hiteles és megbízható interkulturális ismeretek birtokában a kommunikáció zavartalanabb. A kommunikáció sikeressége ugyanakkor a záloga az üzleti sikereknek csakúgy, mint a politikai békességnek.

IRODALOM:

R. Crashaw: Beyond the European Dimension, in: **International Higher Education** (Journal of the TEXT Consortium) No. 2. 1996, February

The European Dimension in Management Education, DG XXII Studies Series 8, July 1995 A Study conducted for the European Commission by The Management School, Lancaster University and the Groupe ESC Lyon

Hidasi Judit: Communication Gaps Between Euro-American and Japanese Speakers, **Szakmai Füzetek**, (KKF) Budapest, 1995

Hidasi Judit: Az interkulturális sztereotípiákról, **Hommage a Szépe György** (emlékkötet 60. születésnapjára), JPTE, Pécs (megjelenés alatt)