
ПРОГЛАД

Издание на Филологическия факултет
при Великотърновския университет „Св. св. Кирил и Методий“

кн. 1, 2018 (год. XXVII), ISSN 2367-8585

Магдалена Василева¹

КУЛТУРНИ СТЕРЕОТИПИ. ОБРАЗЪТ НА ЯПОНЦИТЕ

Magdalena Vassileva

CULTURAL STEREOTYPES. THE IMAGE OF THE JAPANESE

The so-called cultural stereotypes are often discussed in the spheres of intercultural communication and foreign language education no matter what the target language is. It is also a theme that is dealt with in the Common European Framework of Reference for Languages (CEFR, 2001) along with topics such as intercultural competence.

The following paper attempts to define the term “stereotype” which will help us find out what the role of cultural stereotypes in Japanese language education at Veliko Tarnovo University is. The aim of the research is to reveal the image of the Japanese from the point of view of: 1) Bulgarian media and 2) Bulgarian students of Japanese language at Veliko Tarnovo University (VTU). In 2) we will discuss whether this image changes after a visit of Japanese students to VTU.

Keywords: *stereotype, cultural stereotype, ethnocentrism, cultural awareness, intercultural awareness.*

Културните стереотипи винаги намират място в сферата на интеркултурната комуникация и чуждозиковото обучение независимо от усвоявания език. Заедно с развитието на интеркултурната компетентност това е една от темите, застъпени и в Общата европейска езикова рамка (ОЕЕР, 2001).

В настоящата работа ще се опитаме да дефинираме понятието „стереотип“, което ще ни помогне да разгледаме ролята на културните стереотипи в обучението по японски език. Проучването има за цел да разкрие образа на японца през погледа на: 1) българските медии и 2) български студенти, изучаващи японски език във ВТУ „Св. св. Кирил и Методий“. В 2) ще проследим дали този образ се променя след срещата на живо между български и японски студенти, посетили нашия университет по споразумение между двете учебни заведения.

Ключови думи: *стереотип, културен стереотип, етноцентризъм, културна осъзнатост, интеркултурна осъзнатост.*

1. Въведение

Културните стереотипи винаги намират място в сферата на интеркултурната комуникация² и чуждозиковото обучение независимо от усвоявания език. Заедно с развитието на интеркултурната компетентност³ това е една от темите, застъпени и в Общата европейска езикова рамка (ОЕЕР, 2001). Свързана е с ключови понятия като „интеркултурна осъзнатост“ (от „intercultural awareness“, прев. мой – М.В.) – познание за осъзнаване на общото и различното между родната и чуждата култура (ОЕЕР, 2001: 103). Интеркултурната осъзнатост включва и разбиране за образа на дадено общество или общност, изграден като вид културен или национален стереотип от друго общество или общност. С. А. Хютън говори за „критична културна осъзнатост“ (от „critical cultural awareness“) (Хютън 201: 1, прев. мой – М.В.). Понятие, дефинирано съгласно възгледите на Байръм, който смята, че това е

¹ **Магдалена Василева** (Magdalena Vassileva) – д-р, гл. ас. в катедра „Класически и източни езици“ на ВТУ „Св. св. Кирил и Методий“, m.vassileva@uni-vt.bg

² Вж. Тоцева 2011, ОЕЕР 2001.

³ Вж. Тоцева 2011, ОЕЕР 2001.

способността за критична оценка на перспективи, практики и продукти от родната и чуждата култура (Байръм 1997: 53).

Настоящата работа разглежда ролята на културните стереотипи в обучението по японски език. В изложението по-долу ще се опитаме да представим образа на японца през погледа на: 1) българските медии и 2) български студенти, изучаващи японски език във ВТУ „Св. св. Кирил и Методий“, където ще проследим дали този образ се променя след срещата на живо между български и японски студенти, посетили нашия университет по споразумение между двете учебни заведения.

2. Дефиниция за стереотип. Видове

Терминът „стереотип“ налага Уолтър Липман с книгата си „Общественото мнение“ (1922), в която твърди, че възприемаме действителността посредством образите, които вече съществуват в главите ни; вторични образи, които опосредстват връзката ни с действителността. Според същия автор възприемането на света и личният ни опит се направляват от клишета, които сме наследили от собствената си култура. Именно тези стереотипни образи се възпроизвеждат чрез специални съобщителни кодове, чрез политиката, изкуството и др. Социалните, расовите, културните стереотипи са важен елемент от опосредствания механизъм за общуване със заобикалящия ни свят. Те играят ролята на познание и спомагат да се ориентираме в усложнени условия. Според Кардуел (1996) стереотипите са фиксирано и генерализирано възприятие за определена класа или група от хора. Факторите, които водят до формиране на стереотипи, са разнородни: страх от различието, влиянието на медиите, липсата на личен опит, социални предпочитания и др. В социологията често цитирани са Елиган (2008) и Муър (2006), които дефинират понятието като опростен стандартен образ или като възприятие, формирано от дадена социална група за друга.

В типологичен аспект стереотипите могат да бъдат социални, политически, културни, национални, поведенчески и др. Могат да бъдат създадени въз основа на географско положение, регион, пол, възраст, раса, етническа принадлежност. За преимуществата и недостатъците в изграждането на стереотипи пишат Макгартни, Изербит и Спийърс (2004). Стереотипите спомагат за по-доброто разбиране на даден проблем чрез генерализиране и опростяване на по-сложна и специализирана информация. От друга страна, водят до формирането на грешна представа или неадекватно мнение по даден въпрос, а в по-тежки случаи – и до крайности като дискриминация или геноцид. Според авторите съществуват три основни принципа при формирането на стереотипи:

- 1) Стереотипите са вид помощ в опита да се обясни дадена ситуация;
- 2) Стереотипите са способ за „пестене на енергия“, чрез който се минимизират усилията при възприятието на ситуация, процес и пр.;
- 3) Стереотипите са „споделени вярвания“ в дадена социална група (Макгартни, Изербит и Спийърс 2004: 2).

Според Речника по социология на Колинз стереотипът е погрешна и опростена генерализация на група индивиди, което пречи на други хора да правят други категоризации на индивидите от споменатата група (Jary&Jary 1995: 656). Във всекидневното може да срещнем различни употреби на термина в зависимост от контекста.

Може да определим даден човек като твърде стереотипен в смисъл, че му липсва спонтанност и индивидуалност... Обикновено използваме думата по отношение членове на колективи: пожарникарите са смели, жените са по-малко агресивни от мъжете, скандинавците са високи и с руси коси, италианците са шумни, богатите са високо цивилизовани, а бедните изостават в интелектуално отношение и др. (Петрова и Лехтонен 2005: 62).

Съществена особеност при изграждането на стереотипни нагласи е акцентирането на различията в качествата на различни социални групи или култури. При т.нар. културни стереотипи обикновено имаме голяма доза етноцентризъм – прави се характеристика на другостта от гледна точка на собствената култура и това в повечето случаи придава негативен нюанс на оценката. Колкото по-малко знаем за другия, толкова повече се осланяме на стереотипа. Ако стереотипът е добре формулиран и правдоподобен, ни помага да се ориентираме в ситуацията. Но ако е несправедливо наложен и натоварен с негативни нюанси, ощетява комуникацията. Петкова и Лехтонен пишат, че интерпретацията на

културните/националните стереотипи е до голяма степен и „енигматична“, тъй като се характеризират с няколко противоположни феномена: те са едновременно и устойчиви, и променливи, и значими, и незначими. Някои от елементите на стереотипа могат да останат непроменени с векове, докато други за съвсем кратко време търпят промени (Петкова и Лехтонен 2005: 71). Със сигурност не е редно да определяме стереотипите като лоши или добри – по-скоро те влияят на интеркултурните взаимоотношения по определен начин. Според данни от проучвания хората са склонни да приемат хипотези, основани на стереотипи, дори и да имат съмнения относно приложимостта им. Понякога стереотипите се оказват опасни за носителя и обекта, но пълната им елиминация е почти невъзможна. Ако бъдат елиминирани, това би се отразило пагубно на човешкото познание, тъй като те самите са вид „познавателни схеми“ (Петкова и Лехтонен 2005: 68).

От изложените дотук дефиниции може да кажем, че стереотипи съществуват в различни сфери на науката и на различни нива, като всяка една допринася за по-пълноценното разбиране на процеса по формирането им. Подробна класификация на дефинициите (по Лебедко 2014) сме представили в Приложение 1.

3. Културните стереотипи в обучението по японски език

Възприемането на културата като неизменяща се във времето категория и като категория, неподвластна на икономически, политически и други влияния, също води до стереотипни нагласи. Ето защо на пръв поглед така атрактивното и с много положителни страни както за обучаващите се, така и за преподаващите чужд език единство между език и култура на практика крие много рискове. Смята се, че в началния етап на чуждоезиковото и чуждокултурното обучение стереотипите са също неизбежни.

Често при изучаването на чужд език използваните материали вместо да насърчават различията, по-скоро сякаш хомогенизират различното поведение. Голяма част от тях налагат стереотипи и подчертават границите между различни култури. Например Испания се отъждествява с паелята или с фламенкото, Ирландия – с бирата, а Англия – с пържените риба и картопки. Като визуални материали често се използват снимки на предмети, представящи чуждата култура. По този начин тя е възприемана като видим продукт, а такъв подход води не рядко до недоразумения и изграждане на предразсъдъци у обучаващите се. По отношение на чуждата култура и начинът, по който тя се представя в учебниците по чужд език, можем да открием и други слабости. Например фокусът е насочен само към една култура и това обикновено е другата култура. Подценява се родната култура на обучаваните за сметка на изучаваната. Тази ситуация създава проблеми в мултикултурни класни стаи, където обучаващите се трябва да развият умения да преговарят и постигат споразумения с представители на друга култура. Още по-сериозни проблеми могат да възникнат и в условия, при които обучаващият се например трябва да учи, работи или живее в друга държава.

Така например поради добре развитата японска икономика много студенти от Азия отиват да учат в Страната на изгряващото слънце. У тях е силно изявен преди всичко интересът към езика, а в много малка степен – този към културата. Освен това в исторически план корейци и китайци все още таят негативни чувства към Япония (Морияма 2010: 164). В този смисъл се усеща и стереотипността в нагласите на азиатските студенти по отношение образа на японеца, останал в историческата памет – още един „крайгълен камък“ в методиката на преподаване на японски език.

При американските и европейските студенти, изучаващи японски език, се наблюдава противоположна тенденция. При тях интересът е по-скоро в сферата на традиционната култура и субкултурата, които са и фактори да започнат да учат езика. За съжаление такава мотивация се оказва твърде неграйна и интересът към езика бързо отшумява. Допълнително допринася и отдалечеността на Япония в чисто географски аспект. За да се преодолее това неудобство, а и за да се осъществи комуникация на ниво „индивид-индивид“, Морияма (2009, 2010) предлага да се провеждат видеочасове между студенти от различни държави посредством Интернет и други средства на високите технологии. Този начин, освен че позволява да се осъществи комуникация на индивидуално-личностно ниво, което свежда до минимум появата на стереотипни образи за всички страни (участници), хармонично съчетава преподаването на език и култура. От друга страна, насърчава и самостоятелното учене у студентите, повишава мотивацията им, благоприятства развитието на интеркултурната компетентност.

Създаването на среда, която да благоприятства контактите на индивидуално-личностно ниво, е от съществено значение в обучителния процес. В такава среда може да се избегне и основната грешка, допускана в досегашното обучение по японски език и култура – изграждане на стереотипни образи. „Стереотипите в чуждоезиковото обучение са неизбежна част от усвояването на езика и културата, но са неприемливи, тъй като личността отива на заден план и това пречи на комуникацията на ниво „индивид-индивид“ (Хосокава 2002: 65).

Според Хосокава стереотипът е опростен и синтезиран образ на социална група, общество или националност. Стереотипите могат да се тълкуват отрицателно и положително, но по-неприемливото е, че зад стереотипа не може да бъде видяна личността, което затруднява общуването на ниво „индивид-индивид“ (Хосокава 2002: 63). Както вече казахме, при чуждоезиковото обучение вероятността да се формират стереотипни образи е голяма. В специализираната литература се посочва, че добър начин да се избегне това е обучаваният да забележи, да усети, че започва да изгражда стереотип за изучавания език и култура. По какъв конкретен начин и с каква конкретна дейност може да се осъзнае формирането на стереотипи обаче никъде в специализираната литература не се споменава.

4. Образът на японците

4.1. Образът на японците в българските медии

Преди да разгледаме представите на българските студенти японисти, касаещи Япония и японците, ще се спрем на няколко клишета, намерили място в българските електронни медии. Причината за това е, че много от анкетираните студенти споделиха, че образът на японца в тяхното съзнание е „плод“ на прочетено в публицистична и художествена литература или видно по телевизията в Интернет.

Най-често срещаните клишета, касаещи Страната на изгряващото слънце, са свързани с реда, чистотата и дисциплината на нейното население. Много често японското общество се определя като колективно, а японците като отдадени на работата си и действащи за доброто на колектива. Всичко това е обвързано с многообразни писани и неписани правила на общуване, чиято цел е да съхранят най-важната ценност на японската култура и общество – хармонията. В традиционно културен аспект Япония се свързва с красивите кимона, чайната церемония, икебаната, самураите и нинджите. От друга страна, като представители на съвременната японска култура и субкултура не може да не споменем японската анимация „аниме“, японските комикси „манга“ и „косплей“-ревятата. По отношение на икономиката добре известно е т.нар. „японско икономическо чудо“, с което се нарича историческият период от японската история след Втората световна война, белязан от силен икономически растеж. Световно известна е и японската автомобилна индустрия, превърнала се в емблема за качество и перфекционизъм.

Направихме кратка справка в няколко български електронни медии за това по какъв начин е представен японецът. Медиите, които включихме, бяха с новинарски, икономически и културно-развлекателен характер. Това, което получихме като информация, ни насочи към формирането на стереотип за японците, свързан най-вече с груповата им принадлежност и социалната йерархия в обществото, с обществения ред и дисциплина в страната, както и с дълголетие и хранителните им навици и дейности от ежедневието. В таблицата по-долу сме обобщили по групи най-често срещаните клишета, които са основа за изграждането на дискутираните стереотипи (вж. табл. 1.).

4.2. Образът на японците според българските студенти, изучаващи японски език

Съгласно споразумение между ВТУ „Св. св. Кирил и Методий“ и японски университет от префектура Гунма всяка година сме домакини на японски студенти с изявен интерес към българската култура и език. Смятаме, че за нашите студенти тези своеобразни межкултурни срещи са полезни в три основни направления: 1) дават възможност да се повиши мотивацията за изучаване на японски език и култура, както и възможност да практикуват езикът; 2) дават възможност за развитие на компетенции, които трудно биха могли да се насърчат само по време на учебните занятия по практически японски език; 3) чрез комуникацията на ниво „индивид-индивид“ дават възможност за корекция на изградени стереотипни нагласи.

Табл. 1. Образът на японците в българските електронни медии

Вид стереотип	Съдържание	Медия
Групова принадлежност	Тясно свързана със стремежа към хармония е типичната потребност на японците да се числят към някоя група и в никакъв случай да не бият на очи.	DW
	Правило номер едно: групата е по-важна от всичко останало.	DW
Социална йерархия	На груповост, йерархия и хармония японецът се учи още в семейството. По-малките братя и сестри са длъжни да се отнасят почтително към по-големите.	DW
Хранителни навици	В Япония не се гледа с добро око на това да се върви и да се яде или да се яде в метрото, както и на друго обществено място. Единственото изключение е за сладолед на улицата.	Idi
	Японците не консумират полуфабрикати, те се хранят изключително с прясна храна, приготвена с минимална термична обработка.	LifeTime
	Японците консумират много риба.	LifeTime
	Японците консумират големи количества кръстоцветни зеленчуци.	LifeTime
	Соята и соевите продукти са едни от основните храни в менюто на японците.	LifeTime
	Консумират ферментирани храни.	Rozali
	Японците пият поне по две чаши зелен чай дневно и консумират синьо-зелените водорасли.	LifeTime
	Консумират по-малки порции и не се хранят в движение.	Rozali
	Счита се за некултурно да се храните и ходите едновременно. Първо, това е признак за неуважение към храната и, второ – можете да нацапате случайно друг минаващ покрай вас.	Setlans
	Сърбането е прието, когато се ядат нудълс. Счита се, че сърбайки, вие се наслаждавате на хубавата и добре приготвена храна.	Setlans
	В Япония никой не налива чашата си сам. Това ще направи домакинът или друг гост, когато забележи, че нямате питие.	Idi

Японското семейство	Перфектни родители с перфектни деца.	DW
Обществен ред и норми	Типично е, че в Япония кариера прави все още главно мъжът – жената престава да работи, щом се омъжи и роди първото си дете. По тази причина фирмите рядко назначават жени.	DW
	В Япония не се дават бакшиши. Японците вярват, че доброто обслужване е стандарт, който няма нужда да се заплаща допълнително.	Setlans
	В Япония се счита за чест да бъдете поканени в нечий дом. При появата ви хората ще очакват от вас омияги или подарък.	Setlans
	В Япония има специални влакове, понякога само вагони, които са предназначени само за жени. Те са розови и се пускат предимно в час пик, когато има най-голяма навалица.	Setlans
Ежедневие (дейности, навици и пр.)	В метрото е толкова натоварено, а влаковете препълнени, че на много станции има хора, чиято работа е да бутат последните пътници, докато вратата не се затвори.	DW
	Японците са много заети хора. За тях е нормално да си поспят в метрото, защото са станали много рано, а също и прибирайки се от работа, понеже са много уморени.	Setlans
	В Япония, както и в доста страни по света, имат специални чехли за баня. При тях обаче те се използват, за да не си мърсите краката, когато ходите до тоалетна.	Setlans

Тук се фокусираме върху третата насока, като за целта анализираме резултатите от анкетни проучвания (март 2015 г.) сред студенти японисти преди и след посещението на японските студенти във Великогърновския университет.

От коментарите на българските студенти стана ясно, че представата им за японца се основава на прочетено в публицистична и художествена литература и в Интернет; на видяно по филми, анимация (= аниме), японски комикси (= манга), драми, музикални предавания и клипове. Онези от тях, които не са почитатели на аниме и манга, са си изградили образ на японца въз основа на разкази на свои преподаватели и колеги, посетили Страната на изгряващото слънце. Повечето от тях не са имали директен контакт с представители на японската култура преди посещението на японските студенти, а с опознавателна цел са използвали среда (медия) като посредник. В коментарите по-долу се разкриват основните стереотипи за японците. (За да се спази анонимността, имената на анкетираните са обозначени с инициали.)

Р: Мислех, че японецът е сравнително резервиран и доста срамежлив в срещите си с непознати, особено чужденци. В неестествена за него среда (напр. чужда страна и др.), той не би се отделил от групата (другите японци и гида). Друга характерна черта, която мислех, че японците притежават, е „сдържаността“. Винаги съм смятала, че (японците) издигат тази „стена“ между себе си и другите, дори и най-близките си. Изградила съм този образ на типичния японец в съзнанието си с годините, като се започне от филми, а по-късно и разкази на преподаватели.

М: Нека да не забравяме, че винаги има изключения: мили и доброжелателни на пръв поглед, но резервирани отвътре, както са описани в художествената литература.

А: Много консервативни, съдържани и сериозни, което всява до голяма степен страх, но и уважение. Така ги представят по филмите.

А: Вежливи, дисциплинирани със сериозно изражение, но с чувство за хумор. А по-специално за младите хора, съдейки по джей-поп музиката, очаквах да са с екстравагантни коси (прически, бел. моя) и облекла.

Л: Японецът за мен беше общо взето мил, усмихнат, отговорен и учтив, с хубав стил на обличане и с детско излъчване. Човек, който (малко или много) се съобразява с околните, спазва правилата и има колективно съзнание.

И: По това, което съм виждала от документалните филми за Япония, съдя че те (японците) наистина са доста съдържани и премерени в своите действия. Мислех си, че са хора, с които трудно би могъл да се осъществи какъвто и да е контакт, тъй като ми се струваха доста дистанцирани по отношение на комуникацията им с чужденци. И, че тази „невидима бариера“, която съществува между двете култури, трудно би могла да се преодолее.

„Съдържани, резервирани, дисциплинирани, вежливи, сякаш умишлено поставят бариера между себе си и своя събеседник“, „част от групата“, „с колективно съзнание“ са етикетите, които българските студенти поставиха на японците преди да се срещнат с тях на живо. Но ето какво споделят след посещението на японските студенти и след проведените съвместни дейности (дискусионни форуми, кръгли маси и пр.) с тях.

М: Японските младежи са придобили по-разчупено мислене и поведение, нетипично за патриархалната и пълна с норми страна.

А: Много по-усмихнати, приветливи, забавни, услужливи, но си остава съдържаността до някаква степен.

А: По-усмихнати и вежливи отколкото очаквах. Студентината, която хората свързват с японците, я нямаше.

Р: Те държат на обноските и на границите в поведението, но определено не се ограничават само в същността на „цялото“. Не са студени и лицемери, както ги описват в повечето случаи. Много мили хора (дори и да са такива, защото трябва).

И: Оказа се, че не са толкова съдържани, колкото изглеждат по различните филми, сериали, документални филми или дори аниме, а напротив. Може би в самото начало на нашето запознанство беше нормално от моя страна и от тяхна да има някаква първоначална дистанция (между две коренно различни култури). Оказа се впоследствие, че те не са по-различни от нас.

От коментарите на българските студенти след посещението на японските гости ясно личи, че ако не напълно, то поне налице са частични корекции в стереотипните им нагласи. От „съдържани“, „студени“ и „резервирани“ японците стават „мили“ и „забавни“, не винаги действащи в рамките на „цялото“ (колективното – бел. моя). Някои от българските студенти дори достигат до извода, че „те не са по-различни от нас“ и че това да има психологическа дистанция в началото на една (междукултурна) среща не е стереотип за японската култура, а нормално явление независимо от националността на комуникантите.

5. Заключение

От изложената по-горе същинска част става ясно, че образът на японците в българските медии е многопластов и широкообхванат. Покрива както социални аспекти, така и аспекти от ежедневието им. Докато при студентите акцентът беше поставен преди всичко върху народопсихологията и психологическите характеристики на японците. Общото в двете проучени среди беше схващането за значимостта на груповата принадлежност и колективното съзнание у японците.

С приносен характер за обучението по японски език обаче е възможността, която това посещение на японските студенти във Великотърноския университет предостави, да се разчупят създадените стереотипи посредством комуникацията на ниво „индивид–индивид“. Не случайно в специализираната

литература се посочва, че стереотипите възпрепятстват интеркултурната комуникация и в частност общуването на индивидуално-личностна основа (Хосокава 2002, Хюгън 2014). Формирането на културни стереотипи обаче е неизбежна част в усвояването на даден език и при опознаването на друга култура. Може да приемем този процес като неделим и дори фундаментален и обобщаващ компонент от познанието. В сферите на рекламата и маркетинга, бизнеса и туризма положителните стереотипи са дори ефективно средство за постигане на крайната цел и увеличаването на приходите.

Но в сферата на чуждоезиковото обучение, когато говорим за успешна комуникация и развитие на компетенции, свързани с понятия като „плюрилингвизъм“, „плюрикултурност“, „интеркултурна осъзнатост“, е необходимо да търсим методи, чрез които да се минимизират стереотипните нагласи. Да търсим способности, чрез които да се развие т. нар. „критична културна осъзнатост“ (от “critical cultural awareness”, прев. мой) (Хюгън 2014: 1) или „интеркултурна осъзнатост“ (ОЕЕР 2001: 103).

С развитието и прецизността на комуникационните връзки, която предлагат високите технологии, не е задължително участниците в комуникативния процес да бъдат на едно и също място физически. Междукултурна среща „лице в лице“ на ниво „индивид–индивид“ може да бъде планирана и осъществена по Интернет например. Това вероятно ще бъде и една от основните задачи в обучението по японски език и култура оттук нататък.

Приложение 1:

Дефиниции на „стереотип“ в различни научни области (по М. Лебедко 2014: 11)

Field	Definition of Stereotypes	Key Aspects
Classical (sociological) definition	Pictures in our heads.	Stimuli from the outside, especially when they are printed or spoken words, evoke some part of a system of stereotypes.
Sociology	Cognitions held by one social group about another social group; oversimplified standardized images.	Human social interaction
Psycho-sociology	Stable reinforcing prejudices and stipulating the barriers in communication.	Psycho-sociological functions ascribing negative aspects.
Social Psychology	Group perceptions relationship between individuals and groups; units on which ethnocentric perception is based.	Aspects of individual's and people's emotions, social perception.
Linguistics	Negative mental images of alien groups in linguistically diverse patterns.	Verbal representations of stereotypes; language bases of stereotypes.
Cognitive Linguistics	A mental category that people easily transfer to all the members of this category.	Linguistic behavior; cognitive abilities; the way language reflects patterns of thought.
Ethno-linguistics	A mental construct correlating with naïve world view; a stable complex of naïve beliefs about a nations, reflecting specific features of folk xenopsychology.	Language as an aspect of culture; language influence on culture and of culture on language; cultural/ethnic identity

ЛИТЕРАТУРА

- Кильовска 2017:** Кильовска, В. Аспекти на интеркултурното образование в предучилищна възраст. – *Педагогически алманах*, 25, 1, 2017 // **Kilyovska 2017:** Kilyovska, V. Aspekti na interkulturnoto obrazovanie v preduchilishtna vazrast. – *Pedagogicheski almanah*, 25, 1, 2017.
- Попова 2008:** Попова, Ю. Обучение чрез казуси по дисциплината „Межкултурна комуникация“. – *Научни трудове на Русенския университет*. 47, 7–12, 2008 // **Popova 2008:** Popova, Y. Obuchenie chrez kazusi po disciplinata “Mevdukulturna komunikacia”. – *Nauchni trudove na Rusenskia universitet*. 47, 2008, 7–12.
- Тоцева 2011:** Тоцева, Я. Интеркултурна комуникация и интеркултурна комуникативна компетентност. – *Бизнес секретар*, 3, 2011, 3–13. // **Totseva 2011:** Totseva, Y. Interkulturna komunikacia i iterkulturna komunikativna kompetentnost. – *Biznes sekretar*, 3, 2011, 3–13.
- Byram 1997:** Byram, M. *Teaching and assessing intercultural communicative competence*. Clevedon, United Kingdom, Multilingual Matters, 1997.
- Cardwell 1996:** Cardwell, M. *Dictionary of Psychology*. Chicago. IL: Fitzroy Dearborn. 1996. *Common European Framework of Reference for Languages: Learning, Teaching, Assessment*. Language Policy Unit, Strasbourg, 2010 – [https://www.coe.int/t/dg4/linguistic/Source/Framework_en.pdf\(03.0602018\)](https://www.coe.int/t/dg4/linguistic/Source/Framework_en.pdf(03.0602018))
- Elligan 2008:** Elligan, D. Stereotypes. // *Encyclopedia of Race, Ethnicity and Society*. – <http://sk.sagepub.com/reference/ethnicity/n532.xml>
- Houghton, Furumura, Lebedko, Li 2013:** Houghton, S. A., Furumura, Y., Lebedko, M., Li, S. *Critical Cultural Awareness: Managing Stereotypes through Intercultural (Language) Education*. Cambridge Scholars Publishing. UK 2013.
- Jary&Jary1995:** Jary, D., Jary, J. *Collins Dictionary of Sociology*. Harper Collins Publishers, 1995.
- Lehtonen 2005:** Lehtonen, J. Stereotypes And Collective Identification. – *Cultural Identity in an Intercultural Context*. University of Jyväskylä. Publication of the Department of Communication, 61–85, 2005.
- Lévi-Strauss 2006:** Lévi-Strauss, Claude. “Structuralism in Linguistics and in Anthropology.” Word: Journal of the Linguistic Circle of New York 1.2 (1945), 1–21. // *Structuralism: Critical Concepts in Literary and Cultural Studies*. Ed. Jonathan Culler. London: Routledge, 2006, vol. 1.
- Lippmann 2004:** *Public Opinion*. Dover Publications Inc., Mineola, New York, 2004.
- McGarty, C., Yzerbyt, V. Y., and Spears, R. 2004:** *Stereotypes as Explanations: The formation of meaningful beliefs about social groups*. Cambridge: Cambridge University Press. 2004
- Moor 2006:** Moor, J. R. Shattering Stereotypes: A Lesson Plan For Improving Student Attitudes And Behavior Towards Minority Groups. // *The Social Studies*. (ERIC Accession # Ej744210), 35–39.
- 細川英雄 2012:** 「ことばの市民」になる言語文化教育学的思想と実践 ココ出版
- 細川英雄 2013:** 「議論形成の場としての複言語・複文化主義一言語教育における海外理論の受容とその文脈化をめぐる」 『複言語・複文化主義とは何か—ヨーロッパの理念・状況から日本における受容・文脈化へ』 148–159 p.
- 森山新 2010:** 「グローバル時代に求められる総合的日本語教育」 『比較日本学教育センター研究年報』 第6号、163–169p.

Електронни медии (към 03.06.3018)

- DW** < <http://www.dw.com/bg/%D1%89%D0%BE-%D0%B7%D0%B0-%D1%85%D0%BE%D1%80%D0%B0-%D1%81%D0%B0-%D1%8F%D0%BF%D0%BE%D0%BD%D1%86%D0%B8%D1%82%D0%B5/a-6223237>
- Idi** < <http://www.idi.bg/blogs/view/blog/1889>
- Money.bg** < <https://money.bg/auto/yapontsite-sa-nomer-1-nay-nadezhdnite-avtomobili-prez-2017-a.html>
- Profit.bg** < <https://profit.bg/imoti/turizam/11-neobichayni-navitsi-na-yapontsite-koito-stapisvat-drugite-natsii/>
- Rozali.com** < <https://dieta.rozali.com/dieta-lubopitno/10-te-prichini-iaponkite-da-sa-slabi-i-mladoliki.html>
- Setlans** < <https://setlans.wordpress.com/2016/01/16/15-neshta-koito-tryabva-da-znaete-predi-da-patuvate-do-yaponia/>