

THE ROLE OF STEREOTYPES IN INTERCULTURAL COMMUNICATION IN FOREIGN LANGUAGE LESSONS IN THE TRAINING OF STUDENTS – ECONOMISTS

PANAINTE Lidia⁶², lector universitar

Abstract: *Throughout its existence, each nation made up an idea not only about its life and culture, but also formed basic information about representatives of different countries. This includes data about their behavior, traditions, customs and cultural space. The totality of ideas about the nation forms stereotypes.*

This paper examines the influence of stereotypes on intercultural communication and highlights the problems that may arise during the process of its realization, emphasizing the necessity of developing intercultural communication which is seen as an indispensable condition of mutual understanding between nations in the modern world. The courses of foreign languages provide students with knowledge not only about language, but also with understanding about culture, stereotypes and different ways of life in differing communities; facilitate the application of this knowledge in intercultural situations by training of linguistic and intercultural skills.

The research problem lies in the influence of stereotypes on the perception of the world picture of an individual of one nation by an individual of another nation.

Key words: *intercultural communication, stereotypes, foreign languages, culture, communities, teacher, students.*

JEL CLASSIFICATION: A 23

1. Introducere

Consecințele globalizării pot fi găsite în multe domenii ale vieții cotidiene. Efectele globalizării sunt evidente în special în creșterea și accelerarea mișcărilor internaționale de migrație. Mai mult, există schimbări ample în societate în multe domenii: politică, economie, cultură etc.

Ca urmare a acestor evoluții, întâlnirea dintre oameni din diferite culturi a crescut inevitabil în ultimii 100 de ani. Atunci când interacționăm cu oameni din alte zone culturale, înțelegem că nu numai limba diferă, ci și că anumite tipare și comportamente culturale care ni se par firești, evident, nu se aplică exact la fel peste tot. Lipsa cunoașterii și înțelegerii altor culturi poate duce la neînțelegeri sau chiar conflicte. Prin urmare, este important să ne gândim la unele caracteristici ale comunicării interculturale și să dobândim cunoștințe de bază, precum și competențe de bază.

2. Comunicarea interculturală

Deoarece culturile diferă între ele, practicile și comportamentele de comunicare ale oamenilor vor varia inevitabil ca urmare a percepțiilor lor diferite asupra lumii. Termenul „comunicare interculturală” descrie înțelegerea dintre oamenii care aparțin diferitelor culturi. Astfel spus, comunicarea interculturală este definită ca studiul comunicării între oameni ale căror percepții culturale și sisteme de simboluri sunt suficient de distincte pentru a-și modifica comunicarea. Când doi sau mai mulți oameni din medii culturale diferite interacționează și comunică între ei, putem spune că are loc comunicarea interculturală. Deci, comunicarea interculturală poate fi definită ca schimbul de informații pe diferite niveluri de conștientizare între oameni din medii culturale diferite, sau pur și simplu, oamenii influențați de diferite grupuri culturale negociază un sens comun în interacțiuni.

Modelele comportamentale asociate sunt învățate în copilăria timpurie. Aceasta înseamnă, că atunci când interacționăm cu membrii aceluiași mediu cultural, cunoaștem schemele de comunicare specifice și procesul este în mare parte inconștient. Comunicarea între oameni din culturi diferite este dificilă nu numai din cauza limbilor diferite, ci și a standardelor culturale

⁶² panainte.lidia.pavel@ase.md, Academia de Studii Economice a Moldovei

respective care influențează procesul. Prin urmare, este important ca oamenii să fie conștienți că succesul comunicării interculturale depinde de aceste diferențe. „Comunicarea interculturală este o interacțiune interpersonală între membrii diferitelor grupuri la nivel de cunoștințe, forme de exprimare și acțiune simbolică. Aceste diferențe pot exista între grupurile unei anumite societăți sau în cadrul națiunii sau statului” (Barmeyer, 2004, pp. 577-594).

Comunicarea interculturală optimă poate fi posibilă printr-un proces de învățare, în timpul căruia se percepe cultura străină ca atare și se acceptă în mod conștient diferențele. De aceea comunicarea interculturală este un element implicit al cursurilor de limbi străine. Cunoașterea unei limbi străine este doar o parte a monedei - trebuie, de asemenea, să fie înțelese fundalul cultural, valorile și credințele celeilalte părți. Aici sunt indispensabile abilitățile de comunicare interculturală. Acestea sunt necesare pentru a comunica cu succes cu oameni din alte culturi și grupuri sociale. Și abilitățile de comunicare interculturală includ, de asemenea, dorința de a fi adaptabil și de a accepta că alte culturi pot comunica și pot face lucrurile diferit. Comunicarea interculturală este frecvent legată și de subiecte, cum ar fi studii de afaceri, economie și turism, cu scopul de a oferi studenților competența de a opera în sectorul profesional. Comunicarea interculturală cuprinde o combinație complexă de cunoștințe, aptitudini și calități, care se reflectă în comportamentul studenților. ”Cursurile de studiere a limbilor străine pot oferi studenților cunoștințe și înțelegere cu privire la limbă, cultură, instituții interculturale prin formarea competențelor lingvistice și interculturale” (Samovar și Porter, 1997:70). În modelul de comunicare interculturală, Samovar și Porter (1997) ilustrează modul în care se schimbă semnificația unui mesaj atunci când este codificat de o persoană dintr-o cultură și decodificat de o persoană din altă cultură în contextul propriului fond cultural. În unele cazuri, mesajul poate fi interpretat în așa mod, încât să transmită un sens diferit decât a fost intenționat.

Există multe motive pentru care comunicarea interculturală este importantă. În primul rând, comunicarea interculturală eficientă este o abilitate esențială pentru toți cei care lucrează în diferite țări sau regiuni, pentru a stabili relații armonioase și a evita conflictele. Este esențial să putem transfera cu precizie și în mod adecvat informațiile între țări și culturi. În mod similar, comunicarea interculturală este, de asemenea, crucială pentru toți cei care lucrează cu oameni din alte culturi pentru a evita neînțelegerile și chiar ofensările. Este corect să spunem că comunicarea interculturală este fundamentul pentru afaceri internaționale de succes în lumea globalizată de astăzi.

Competența interculturală acoperă un domeniu vast, de la aspecte lingvistice până la convențiile sociale și culturale. Este important să fim conștienți de faptul că fiecare cultură poate avea convenții sociale diferite. Partenerii de afaceri americani, de exemplu, preferă mai întâi discuțiile mici (small talk) pentru a forma o relație, în timp ce britanicii încerca ca pistă de pornire umorul, iar germanii tind să ajungă direct la subiect fără multe ocolișuri. Pe de altă parte, thailandezii nu evită întrebările ce sunt considerate personale în lumea occidentală, de exemplu despre starea civilă sau locul de muncă. În mod similar, americanilor le place să folosească prenumele atunci când se adresează altora, în timp ce în Austria, titlurile ar trebui folosite pentru a evita lipsa de respect. Germanii vor dori să dea mâna, în timp ce oamenii din Thailanda își împreunează palmele la nivelul pieptului și se închină.

În contextul unei afaceri, este, de asemenea, interesant faptul că diferite culturi preferă un stil de prezentare diferit. Culturile occidentale, cum ar fi Australia și SUA, sunt orientate spre viitor și le place să se concentreze asupra beneficiilor viitoare ale produselor și companiilor. În schimb, reprezentanții din țări precum China sau India vor prefera să enumere realizările din trecut pentru a stabili credibilitatea. Aceste cunoștințe pot crea sau rupe relații și afaceri.

Comunicarea non-verbală joacă, de asemenea, un rol important în comunicarea interculturală, deoarece este la fel de influențată de tiparele culturale. Comunicarea non-verbală își câștigă semnificația specială, nu în ultimul rând din faptul că, datorită opțiunilor reduse de comunicare lingvistică într-un context intercultural, oamenii tind să recurgă din ce în ce mai mult la elementele gestuale și faciale ale comunicării. Și aici se crede adesea în mod eronat că propriile

tipare non-verbale sunt, de asemenea, naturale și universale. În general, există o mulțime de motive pentru neînțelegeri în comunicarea interculturală, dar, desigur, există și un potențial enorm în înțelegere - de îndată ce „barierele” au fost depășite.

LaRay M. Barna (1997) a dezvoltat o abordare pentru a examina barierele din calea comunicării interculturale la nivel general. În lista sa a dezvoltat șase bariere: anxietate, asumarea asemănării în loc de diferență, etnocentrism, stereotipuri și prejudecăți, comunicare nonverbală și limba. Luarea în considerare a acestor bariere comune ne poate ajuta să ne îmbunătățim abilitățile de comunicare interculturală. Dar în continuare vom analiza impactul stereotipurilor asupra comunicării interculturale.

3. Stereotipuri

De-a lungul existenței sale, fiecare națiune și-a creat o viziune nu numai despre viața și cultura sa, ci și a acumulat informații de bază despre reprezentanții altor popoare. Acestea includ date despre comportamentul, tradițiile, obiceiurile și spațiul cultural al diferitelor grupuri de indivizi. Totalitatea ideilor despre națiune formează stereotipuri. ”Stereotipurile sunt percepții și credințe pe care le deținem despre grupuri sau indivizi pe baza opiniilor sau atitudinilor noastre formate anterior” (Samovar & Porter, 1991).

Conceptul de stereotip este utilizat în diverse contexte, de obicei, noțiunea ”stereotip” este folosit pentru a se referi la membrii unui colectiv: pompierii sunt curajoși, blondele sunt mai puțin inteligente, italienii sunt zgomotoși și așa mai departe. Când cineva face inferențe despre o persoană nouă sau despre un eveniment social, atunci aceasta folosește cunoștințele existente pentru a reduce incertitudinea situației. Cu cât se știe mai puțin despre obiect, cu atât se folosesc mai multe stereotipuri generale. În acest caz stereotipurile influențează comunicarea interculturală și în timpul procesului de realizare a acesteia pot apărea diverse probleme. Astfel, necesitatea dezvoltării comunicării interculturale care este văzută ca o condiție indispensabilă a înțelegerii reciproce între națiuni în lumea modernă este una primordială. Cursurile de limbi străine oferă studenților cunoștințe nu numai despre limbă, ci și înțelegere despre cultură, stereotipuri și diferite moduri de viață în comunități diferite, facilitează aplicarea acestor cunoștințe în situații interculturale prin instruirea abilităților lingvistice și interculturale.

În ceea ce privește stereotipurile în comunicarea interculturală, acestea pot fi definite ca o generalizare despre un grup de oameni care își simplifică culturile. Evaluând pe cineva dintr-un alt grup național, o persoană aderă la ideile și valorile adoptate în mediul și cultura sa - astfel, își construiește comportamentul în conformitate cu acestea. Setul de stereotipuri depinde în mod direct de influența culturii în care a crescut persoana dată. Neînțelegerea unei limbi străine, gesturilor, expresiilor faciale și altor elemente ale comportamentului duc adesea la o interpretare distorsionată a sensului acțiunilor lor, care creează cu ușurință o serie de sentimente negative: precauție, dispreț, ostilitate. Ar putea chiar motiva atitudini inamice în vederea diferenței culturale. În acest caz, stereotipurile joacă un rol indispensabil în influențarea eficacității comunicării interculturale.

Stereotipurile culturale pot fi divizate în auto- și hetero-stereotipuri, în funcție de faptul dacă acestea se referă la propria lor naționalitate sau una diferită. Acestea pot fi descrise după cum urmează:

- auto-stereotip: „În opinia noastră, noi [naționalitatea mea] suntem ..”,
- hetero-stereotip: „Credem că ei sunt ...”.

Diferențele în stereotipurile din diferite culturi se referă la multe aspecte. De exemplu, subiectele conversațiilor, despre ceea ce este posibil să vorbești cu reprezentanții altor culturi.

Fundalurile stereotipurilor se află în situații repetate din viața oamenilor. Acest lucru este consacrat în mintea oamenilor sub formă de scheme standard și modele de gândire. În general, se poate spune că stereotipurile sunt anumite credințe și cunoștințele existente ale oamenilor cu privire la calitățile și trăsăturile altor indivizi, precum și a diverselor evenimente și lucruri.

Mecanismul psihologic al stereotipurilor se bazează pe principiul efortului de economisire. Acest principiu înseamnă că oamenii nu caută să răspundă la evenimentele care îi înconjoară de fiecare dată într-un mod nou. Lumea în continuă schimbare pur și simplu supraîncarcă oamenii cu informații noi și îi obligă psihologic să clasifice aceste informații în cele mai convenabile și familiare modele, care se numesc stereotipuri. Cele mai cunoscute stereotipuri etnice sunt judecăți stabile cu privire la reprezentanții unor grupuri naționale din punctul de vedere al altor grupuri. De exemplu, stereotipuri despre politețea britanicilor, excentricitatea italienilor, neglijența francezilor etc.

W. Lippmann în 1922 și-a propus propria definiție pentru fenomenul luat în considerare. El a numit stereotipurile „imagini ale lumii” ordonate, schematice, determinate de cultură în capul uman (imagini ale conștiinței), care salvează eforturile în perceperea obiectelor complexe ale lumii și îi protejează valorile, pozițiile și drepturile.

Această răspândire a clișeelelor despre o națiune are o conotație atât pozitivă cât și negativă. O calitate care este percepută ca ”cumpătat, frugal” de către o națiune, este considerată ”zgârcit, avar” de către o altă națiune. Într-o situație în care o persoană întâlnește un reprezentant al unei culturi care infirmă un anumit stereotip, clișeul rămâne normă, iar individul cu un alt tip de comportament se încadrează în grupul de excepții.

Cu toate acestea, stereotipul nu poate fi privit dintr-un singur punct de vedere, deoarece acest fenomen are o serie de proprietăți și funcții pozitive, cum ar fi:

- explicarea acțiunilor umane prin furnizarea de informații simple despre caracteristicile socio-culturale a unei națiuni;
- previziunea diferitelor comportamente ale partenerilor de comunicare;
- formarea bazelor propriului comportament în raport cu interlocutorii și partenerii;
- protejarea tradițiilor, obiceiurilor și culturii lor;
- asigurarea membrilor societății cu standarde și modele de conduită adecvate;
- stabilizarea și integrarea relațiilor dintre grupurile socio-culturale în societate.

Potrivit lui T.G. Grushevitskaya, stereotipurile ajută la crearea „unei matrice simplificate a lumii înconjurătoare, în celulele căreia, pe baza stereotipurilor, sunt „plasate” anumite grupuri sociale”. În consecință, atunci când o persoană se întâlnește cu un individ dintr-un alt grup, aceasta nu trebuie să analizeze pe deplin comportamentul, cultura și obiceiurile acestuia, deoarece în mintea sa există deja un set de informații despre această națiune cu care este deja familiarizat. Astfel, stereotipurile despre alte popoare și alte culturi reduc un șoc cultural, ceea ce este foarte important pentru o comunicare de succes fără conflicte, neînțelegeri și situații incomode.

Stereotipurile aduc, de asemenea, beneficii în anumite cazuri:

- dacă stereotipul reprezintă normele și valorile grupului, nu calitățile specifice ale unui singur membru al acestui grup;
- dacă stereotipul este descriptiv, nu este estimat;
- dacă stereotipul este doar o presupunere despre un grup, dar nu și informații directe despre acesta;
- dacă stereotipul nu este concluzia finală a unei persoane, ci se schimbă pe baza observațiilor suplimentare și experienței de comunicare cu oameni reali.

Cercetătorii identifică o serie de motive pentru care stereotipurile pot interfera cu comunicarea interculturală:

- nu există posibilitatea de a identifica caracteristicile individuale ale persoanelor care utilizează stereotipuri;
- stereotipurile presupun că toți membrii grupului au aceleași caracteristici;
- foarte des stereotipurile se bazează pe jumătăți de adevăruri și distorsiuni.

Predarea limbilor străine în contextul intercultural vizează următoarele obiective: (i) cunoașterea unei culturi străine; (ii) reflecție asupra propriei culturi și a celorlalți; (iii) dezvoltarea

unei sensibilități la similitudini și diferențe dintre cultura proprie și cele străine și (iv) încurajarea unei schimbări de perspectivă. La lecțiile de limbi străine, studenții învață mai mult decât doar limba străină. Scopul fiecărei lecții de limbi străine pe lângă studierea limbilor, trebuie să fie îmbunătățirea abilităților studenților să diferențieze și să problematizeze atitudini comune, să pună la îndoială modele comune de gândire, să recunoască diverse perspective și generalizări inadmisibile cu privire la o altă cultură. Astfel, studenții ar trebui să cunoască cultura limbii studiate și să reflecteze nu numai asupra noii culturi străine, ci și asupra propriei culturi. La lecțiile de limbi străine, studenții ar trebui să aibă posibilitatea să pună la îndoială propriile norme și să compare formele de limbaj și comportament cu formele de limbaj și comportament ale unei culturi străine. Pentru a compara propria cultură cu cele străine, studenții la cursurile de limbi străine ar trebui să încerce să recunoască procesele de percepție și evaluare a acestora și ulterior să reflecteze asupra lor. În timpul acestei reflecții și a procesului de comparație este imperativ ca studenții să devină conștienți că atât propria lor cultură cât și percepțiile lor despre culturile străine sunt relative evitând astfel o evaluare automată. O cultură sau un aspect al unei culturi nu trebuie privit ca fiind mai bun sau mai rău decât cel al oricărei alte culturi. La lecția de limbi străine studenții vor avea ca obiectiv compararea propriei culturi cu cultura unei țări străine și mai mult decât atât promovarea unei conștientizări neutre pentru asemănări și diferențe. În acest context conținutul lecțiilor interculturale de limbi străine este descoperirea străinului prin examinarea reflexivă a propriei persoane. Studentul ar trebui să fie văzut ca un subiect care experimentează și înțelege cu așteptările și experiențele sale. Experiențele culturale și lingvistice proprii ale studenților sunt integrate la lecții, astfel încât acestea devin punctul de plecare pentru tratarea culturii străine. Atunci când experiențele culturale și cunoștințele lingvistice proprii ale studenților sunt luate în considerare la lecțiile de limbi străine, ei pot face schimb de idei mai aprofundat cu privire la problemele interculturale și împărtășesc opiniile subiective reciproc despre culturi și comunicare între persoanele din diferite țări. Aceste opinii subiective sunt adesea stereotipuri care cu greu pot fi excluse din lecțiile de limbi străine. La cursul ”Limbi străine de afaceri”, analizând diverse studii de caz, studiem diferențele culturale și influența acestora asupra proceselor de business: negocieri, recrutarea unui angajat într-o companie străină, crearea unei companii într-o țară străină etc. Unele stereotipuri sunt doar niște mituri, alte prejudecăți exprimă adevărul. De exemplu: Germanii sunt bine organizați. Faptul că nemții își planifică nu numai întâlnirile de muncă pe termen lung, ci și vacanța, este o afirmație corectă. Stereotipul că germanii beau multă bere, mănâncă cartofi și cârnați, este un mit. Germania este țara din lume cu cel mai mare număr de fabrici de bere și tipuri de bere. Acestea și alte fapte fac ca dezvoltarea imaginii să fie plauzibilă „Nemții” beau multă bere.

Americanii sunt patrioți și mândri de țara lor. Este un adevăr, mulți oameni au un steag al SUA în grădinile din fața caselor. Stereotipul că americanii mănâncă doar fast-food, este doar jumătate de adevăr. Cu toate acestea, există de fapt mai multe lanțuri de fast-food în SUA decât în Germania sau în altă țară.

Francezii lucrează puțin, fac greva din orice motiv sau pleacă în vacanță. În Franța timpul de lucru legal este de doar 35 de ore pe săptămână. Grevele au o lungă tradiție în Franța. În Franța, dreptul la grevă este consacrat în constituție ca un drept fundamental individual. Grevele politice sunt oficial ilegale, dar grevele împotriva anumitor probleme sociale și economice au loc foarte des.

Francezii nu sunt punctuali - este un adevăr. Punctualitatea nu este o virtute în Franța. Când sunt invitați, francezii pot să întârzie de la 15 până la 30 de minute.

Englezii par puțin rezervați în conversație este un adevăr. Ei au grijă să nu pătrundă prea adânc în intimitatea celuilalt. Întrebările personale precum ocupația, starea relației și vârsta sunt de obicei evitate. Cel mai bun mod de a începe sau de a încheia o conversație este să vorbești despre vreme.

Astfel, studenții care studiază limba străină de afaceri au posibilitatea de a se familiariza cu diferențele culturale, prejudecățile și stereotipurile unei lumi globalizate, astfel obținând succes în plan profesional.

4. Concluzie

În lumea noastră globalizată, nimeni nu este afectat de contactul cu oameni din alte culturi. Comunicarea interculturală are loc atât în viața de zi cu zi, cât și în cea profesională. Comunicarea interculturală a devenit din ce în ce mai esențială, deoarece companiile își extind afacerile pe piețele globale, guvernele negociază peste granițe și milioane de oameni studiază și lucrează în alte țări decât cele natale.

Înțelegerea între oameni din culturi diferite poate fi uneori foarte dificilă. Cu toate acestea, comunicarea interculturală de succes poate fi învățată. Comunicarea interculturală în măsură deplină poate fi realizată ținând seama de prezența stereotipurilor în rândul grupurilor naționale la care aparțin oamenii. Stereotipul social se dovedește adesea fals și joacă un rol conservator, formându-se concepții greșite despre ceea ce se întâmplă. Orice stereotip social care s-a dovedit a fi adevărat într-o situație se poate dovedi a fi greșit în alta. Pe de altă parte, există stereotipuri sociale care joacă un rol foarte semnificativ în viața socială din simplul motiv că fără ele, în absența informații cuprinzătoare despre ceea ce se întâmplă, ar fi dificil să procesăm informațiile. De aceea, trebuie de luat în considerare faptul că clișeele învechite existente pot fi supuse corectării. Trebuie să înțelegem că stereotipurile atribuite unei națiuni întregi s-ar putea să nu se potrivească întotdeauna unei persoane individuale. Acest mod de gândire contribuie la o comunicare interculturală adecvată și la implementarea cu succes a sarcinilor comunicative stabilite. În prezent, stereotipurile sunt completate de noi informații despre națiuni datorită comunicării interculturale active prin turism, economie, politică etc. Un rol important în dezvoltarea contactelor interculturale îl au stagiile oferite de instituțiile de învățământ. Cu ajutorul lor, generația tânără primește informații actualizate despre comportamentul, cultura și interesele reprezentanților altor națiuni. Stereotipurile facilitează înțelegerea, de exemplu, cu cât sunt mai multe stereotipuri în text, cu atât este mai ușor pentru înțelegere. Și ceea ce ar trebui de luat în considerare este că un observator tinde să favorizeze informațiile care sunt în concordanță cu așteptările existente și tinde să ignore informațiile care nu sunt în concordanță cu stereotipurile.

Succesul comunicării interculturale nu constă doar în învățarea unei alte limbi. Mai degrabă, ar trebui să considerăm că fiecare persoană este „produsul” socializării culturii sale. Pentru a putea comunica cu oamenii din alte culturi cât mai adecvat posibil, ar trebui să învățăm să înțelegem și să decodăm semnale verbale și non-verbale de la cealaltă persoană. Pe lângă o atitudine pozitivă, este necesară cunoașterea de bază a caracteristicilor și structurilor culturale. Acestea pot fi și sunt dobândite ca parte a formării interculturale la orele de limbi străine.

Bibliografie

1. Baran, S.J., Davis, D.K (2012). Mass Communication Theory, Foundation, Ferment and Future, Wadsworth Series in Mass Communication and Journalism, ISBN-13: 978-0495898870.
2. Barmeyer, CI (2004). Learning styles and their impact on cross-cultural training: An international comparison in France, Germany and Quebec. *International Journal of Intercultural Relations*, 28(6), pp. 577- 594.
3. Bechtel, Mark (2003): *Interkulturelles Lernen beim Sprachenlernen im Tandem: Eine diskursanalytische Untersuchung*. Tübingen: Narr.
4. Corbett, J. (2003). *An Intercultural Approach to English Language teaching*. Multilingual Matters Ltd, ISBN: 1853596841
5. Cyberleninka: <https://cyberleninka.ru/article/v/stereotip-aspekty-i-perspektivy-issled-ovaniya>
6. https://www.sagepub.com/sites/default/files/upm-binaries/5245_Jandt_Final_Pages_Chapter_4.pdf
7. Kramsch, C.(1998). *Language and Culture*. Oxford University Press; ISBN -13: 978 019 437 214 5
8. LaRay M. Barna (1997) *Barriers to Intercultural Communication*
9. Mackenzie, M., (2003). *English for Business Studies*. Cambridge University Press; ISBN 0-521-75285
10. Pruteanu, Șt (2000). *Manual de comunicare și negociere în afaceri*. Editura Polirom, Iași, ISBN 973 – 683 – 456 - 5
11. Samovar, L.A, Porter, R.E, McDaniel, E.R. (2006). *Intercultural Communication: A Reader*, 13th Edition. file:///C:/Users/user/Downloads/Intercultural_Communication.pdf
12. Seema, H. (2012). *Mass Communication: Principles and Concepts* // H. Seema, 2nd ed, New Delhi, p.36.
13. Грушевицкая, Т.Г., Попков, В. Д., Садохин, А. П. (2002). *Основы межкультурной коммуникации*. -М.: Юнити-Дана - 352 с., ISBN 5-238-00359-5
14. Чеснокова, Л.В.(2015). *Стереотипы в межкультурной коммуникации* // Концепт - №4 (апрель) С. 1-7.