

Либерально-демократические ценности / Journal of liberal democratic values <https://liberal-journal.ru>

2020, №1, Том 4 / 2020, No 1, Vol 4 <https://liberal-journal.ru/issue-1-2020.html>

URL статьи: <https://liberal-journal.ru/PDF/04KLLD120.pdf>

Ссылка для цитирования этой статьи:

Лебедева Е.А., Сомова И.Ю. Значение стереотипов в медиапространстве // Либерально-демократические ценности, 2020 №1, <https://liberal-journal.ru/PDF/04KLLD120.pdf> (доступ свободный). Загл. с экрана. Яз. рус., англ.

For citation:

Lebedeva E.A., Somova I.Yu. (2020). The meaning of stereotypes in the media space. *Journal of liberal democratic values*, [online] 1(4). Available at: <https://liberal-journal.ru/PDF/04KLLD120.pdf> (in Russian)

УДК 394

ГРНТИ 18.11

Лебедева Евгения Александровна

НАНО ВО «Институт мировых цивилизаций», Москва, Россия
Студентка 1 курса факультета «Управления и экономики», направления «Экономика»
E-mail: alevel01@list.ru

Сомова Инна Юрьевна

НАНО ВО «Институт мировых цивилизаций», Москва, Россия
Доцент
Кандидат исторических наук
E-mail: Innaaleftina@mail.ru

РИНЦ: https://www.elibrary.ru/author_profile.asp?id=440982

Значение стереотипов в медиапространстве

Аннотация. Данная статья посвящена проблеме распространения стереотипов в медиапространстве, описываются их отличительные особенности. Уточняется роль медиапространства в современном обществе, а также отмечается особое влияние Интернета на распространение стереотипов в социальных сетях. Делается вывод, что медиапространство обладает высоким потенциалом, как среда распространения стереотипов. Этому же способствуют социальные сети, которые считаются неотъемлемым сегментом развития Интернета. Авторы утверждают, что в целом развитие медиапространства в современном обществе движется с развитием самой страны и всех сфер ее жизни. Стереотипы – стали неотъемлемой частью жизни людей, благодаря им, появляются ассоциации относительно каждого этноса, появляется интерес к изучению культуры, традиций, языка, нахождению доказательств для опровержения самых устойчивых стереотипов. Появление социальных сетей способствовало созданию неких границ общения между людьми. Людям стало предпочтительнее общение в социальных сетях, нежели в действительности. Авторы отмечают, что Интернет в силах сократить количество навязанных стереотипов, поскольку дает людям доступ к любому виду информации, а также непосредственный контакт с представителями различных социальных групп, делает общение между представителями различных культур и наций доступнее и проще.

Ключевые слова: этнос; стереотип; этнический стереотип; политический стереотип; медиапространство; средства массовой информации; социальные сети; Интернет; общество

В современном мире все большую значимость для нас приобретает информация, а также средства массовой информации (СМИ). СМИ являются одним из главных механизмов влияния на массовое сознание. В то же время стереотипы выступают инструментами, с помощью которых СМИ манипулируют и управляют массовым сознанием [8, с. 89]. Обусловлено это возрастающим влиянием общественной жизни на каждого человека в целом. «...Мировая история стремительно вошла в новую эпоху, когда привычная и всем понятная система мироустройства, основанная на национальных государствах, неотвратно угасает, а новая, сформированная межгосударственными объединениями, наступает. Для большинства стран, в том числе и для России, этот процесс протекает в весьма болезненной форме. На наших глазах происходит трансформация отшлифованного веками жизненного уклада планеты» [2, с. 1]. Существуют, как распространенные пути развития данных, так и государственные ограничители, которые преграждают эффективное развитие единого глобального медиапространства. Под этим понимаются источники распространения информации: радио, печатные носители, телевидение и, конечно же, – Интернет. Медиапространство, сейчас, рассматривается, как нечто реальное, являющееся частью нашего социального пространства и тесно связанное с производством. Так или иначе, медиапространство отражает все происходящие в обществе процессы, способствующие выработке у индивида своих собственных представлений, которые в свою очередь имеют особую социальную значимость. В.Н. Бузин говорил о медиапространстве, как о сложной системе, формирующейся на основе коммуникационного взаимодействия между теми, кто производит информацию и аудиторией, ее принимающей [1, с. 9]. В то же время интернет-коммуникация отражает основные тенденции развития языка: тенденцию к диалогичности, к усилению коллоквиализации, к экспрессивизации общения [3, с. 6–7].

Само понятие «стереотип» впервые было введено в процесс употребления американским журналистом Уолтером Липпманом в 1922 году. По его мнению, стереотипы возникают спонтанно и способствуют выработке традиций и привычек [9].

Понятие стереотип употребляется в нашей речи довольно часто, как в разговорном плане, так и в качестве научных терминов, которые рассматривают его на более глубоком уровне. Благодаря осведомленности людей относительно этого термина, он легко воспринимается, и никто не задается вопросом об его истинном значении, однако не каждый сможет обосновать данное понятие при этом как можно точнее донести смысл.

Начнем с того, что значение стереотипа заключалось совершенно в ином. Большинство людей относят его к социологии, а также другим научным направлениям, хотя на самом деле это слово не имело ничего общего с образом мышления людей и общества, тем более характеристик отдельных личностей. Стереотип – это название части оборудования, которое было предназначено для типографической печати. Он так же до сих пор упоминается для использования в типографских машинах. Само слово – это сочетание двух слов на греческом языке. *Στερεός* – объемный и *τύπος* – отпечаток. Если говорить об общем толковании термина, то стереотип – это устойчивое представление о чем-либо, которое зачастую абсолютно не соответствует происходящей действительности. К схожим понятиям стереотипа можно отнести «клише» и «предвзгляд», так как люди в основном вкладывают в эти три понятия одинаковую смысловую нагрузку.

Пути развития и формирования стереотипов сформировались достаточно давно. Стереотипы усваиваются человеком достаточно рано – в первые годы жизни от родителей и сверстников, а затем используются всю жизнь, как правило, неосознанно [5, с. 1].

Вот несколько распространенных среди русских стереотипов об англичанах. Многие из них уже устарели, либо вообще никогда не являлись правдой, однако, некоторые раскрывают довольно интересные факты.

Например «У англичан странное чувство юмора и все они шутят только про лордов». Может быть, английский юмор тяжело понять, особенно тем, кто сам не является англичанином, или плохо знает язык. Многие шутки основаны на игре слов и требуют хорошего знания местной культуры, истории, известных личностей и знаменитостей. Довольно сложно определить, что же в действительности заставляет людей смеяться. Это зависит от разных факторов. Английский юмор иногда бывает действительно очень необычным. Но в общей сложности представление русских об английских шутках неверно¹.

Стереотипы всегда национальны, но есть возможность найти аналог тому или иному стереотипу, только называться это будет уже квазистереотип, так как, совпадая в целом, они все же различаются некоторыми деталями, имеющие в данной ситуации принципиальное значение.

Разбираясь со значением стереотипа, не обойтись без разбора его классификации. Существует множество стереотипов, но, в частности, различают те, которые говорят о собственных представлениях людей о себе, а также гетеростереотипы. Также в нашей обыденной жизни мы сталкиваемся с такими видами, как например: поведенческие, общественные, политические, ассоциативные и гендерные стереотипы. На процесс формирования стереотипов гендерного поведения значительное давление оказывают СМИ [4, с. 1].

Возвращаясь к теме о медиапространстве можно сказать, что Интернет преодолевает границы собственной виртуальности индивида, а так же является средой развития таких сфер общества, как экономической, политической, включая в себя право и развитие разного вида бизнеса. Именно в этом пространстве размываются границы социальных групп, способствуя развитию отдельных субкультур. Субкультура выступает как ключевой институт, регулирующий поступающую информацию и ее воздействие на мышление отдельного индивида. В информационном обществе главной потребностью человека является производство духовных продуктов.

Сейчас средства массовой информации являются ключевым механизмом в формировании общественного мнения. Они не только манипулируют, но и контролируют общественное сознание. СМИ представляют собой объект сосредоточения определенного отношения людей к различным событиям, так само общее отношение является трансляцией стереотипов. Приводя пример, можно обратиться к действиям пользователей на сайтах, которые публикуют свое мнение на общедоступные источники, распространяя его, делясь личным опытом, они только способствуют возникновению и распространению стереотипов. Интернет сам по себе является благоприятной средой для зарождения и формирования стереотипов, сформировавшихся еще в сознании простых пользователей. Сейчас в Интернете зародился принципиально новый сегмент – социальные сети, осуществляющие презентацию той или иной информации. Создаются сообщества, где происходит обсуждение особенностей жизни различных этносов, рассматриваются взаимоотношения людей между собой, что влечет за собой развития стереотипов. Так, в социальной сети «ВКонтакте», в группе, посвященной грузинам, был проведен опрос относительно точного описания этнического грузина. Соответственно каждый пользователь охарактеризовал его по-своему. Один пользователь охарактеризовал характер грузина, как семейного человека, так как у них вполне приемлемо жить совместно, с уже повзрослевшим дитя. Другой пользователь охарактеризовал его, как хитрого и спортивного. Подобные комментарии формируют общий образ грузина – умного,

¹ <https://www.velvet.by/hobby/geografiya/elena-podgornaya/velikobritaniya-stereotipy-ob-anglichanakh>.

хитрого, спортивного и семейного человека. Все это имеет дополнительное воздействие на читателя, так как мнение на этот счет не является единственным.

В нашем обществе существует множество этнических стереотипов, таких как: французы – галантны, немцы – пунктуальны, англичане – худощавые. Нередко этнические стереотипы отражаются и на исторических личностях. Так Китай всегда ассоциируется с Конфуцием. В каждом из перечисленных стереотипов есть доля правды, но хотелось бы отметить, что стереотип «французы все время ходят с багетом» можно опровергнуть, так как в Европе далеко не французы являются самыми большими потребителями хлеба. Среднестатистический немец потребляет в год 85 кг хлеба в то время, как скромный результат француза колеблется на отметке в 58 кг хлеба в год.

Если говорить о немцах, то существует стереотип «немцы всегда аккуратны». Этот стереотип разрушила книга Юстины Полянской «Под немецкими кроватями». Девушка, в течение 12 лет работала уборщицей в немецких домах, в своей книге рассказывает, что находила под кроватью не только грязь, а и зубы мудрости и, даже, труп хомяка.

Говоря об итальянцах и стереотипе «Все итальянцы ужасно водят машину» можно сказать, что это страна Феррари, а сам народ очень любит быструю езду. Зачастую красный свет светофора для них лишь предупреждение о появлении машин за углом.

Поговорим теперь о русских. Стоит упомянуть стереотип «у всех русских каменные злые лица» и это будет самое неверное толкование данного факта [6, с. 423]. Большинство приезжих туристов видят наш народ в очередях касс, отелях, кабинетах, что только укрепляет мнение о недружелюбии нашего народа. Однако стоит только сесть за один праздничный стол, как вы не уйдете без хорошего настроения, будучи накормленным всеми блюдами со стола.

Таким образом, стоит признать, что в современном медиапространстве наибольшей актуальностью обладают этнические вопросы, посредством которых авторы опираются на готовую базу стереотипов, создавая новые. Появление же социальных сетей способствовало созданию неких границ общения между людьми. Людям предпочтительнее стало общение в социальных сетях, нежели в действительности. Границы виртуальной жизни очень размыты, поэтому зачастую происходит коммуникация между людьми, различными группами [7, с. 380]. Однако стоит отметить, что Интернет в силах сократить количество навязанных стереотипов, поскольку дает людям доступ к любому виду информации, а также непосредственный контакт с представителями различных социальных групп. В современном медиапространстве, представленном СМИ, актуализированы вопросы этничности, в том числе и этнических стереотипов. Посредством последних авторы текстов как опираются на уже готовую базу стереотипов в сознании массовой аудитории для лучшего восприятия текста ею, так и создают новые стереотипы [10].

Можно сделать вывод, что в наше время, медиапространство обладает высоким потенциалом, как среда распространения стереотипов. Каждый имеет право на выражение собственного мнения, проецируя его на массовую аудиторию. Этому же способствуют социальные сети, которые теперь считаются неотъемлемым сегментом развития Интернета. В целом развитие медиапространства в современном обществе движется с развитием самой страны и всех сфер ее жизни. Стереотипы – стали неотъемлемой частью жизни людей, благодаря им, у нас, появляются ассоциации относительно каждого этноса, появляется интерес к изучению культуры, традиций, языка, нахождению доказательств для опровержения самых устойчивых стереотипов.

ЛИТЕРАТУРА

1. Бузин В.Н. Медиапространство в структуре социального пространства // Социум и власть. Челябинск, 2012. № 2 (34). С. 9–13.
2. Жириновский В.В. Проблемы формирования нового образовательного ландшафта // В сборнике: Россия и мир: развитие цивилизаций. Материалы IX международной научно-практической конференции. 2019. с. 12–14.
3. Интернет-коммуникация как новая речевая формация: коллективная монография / науч. ред. Т.Н. Колокольцева, О.В. Лутовинова. М., 2012. 328 с.
4. Калашникова А.Е. Гендерные стереотипы. женский взгляд на проблему. <http://psychology.snauka.ru/2015/07/5091iaprostranstvo-kak-sreda-rasprostraneniya->
5. Кряклина Т.Ф. Этнические стереотипы как предмет этнополитологического анализа [Электронный ресурс] // Концепт: научно-методический электронный журнал. Киров, 2014.
6. Мельников А.П., Сомова И.Ю. Анализ культурных стереотипов иностранцев о России // Россия и мир: Развитие цивилизаций. Материалы IX международной научно-практической конференции: в 2-х частях. Изд. ИМЦ Москва, с. 423–431.
7. Морозова С.А., Сомова И.Ю. Речевой этикет в социальных сетях // В сборнике: Грани культуры: актуальные проблемы истории и современности. Материалы XIV научной конференции с международным участием. Москва, 2020, с. 380–387.
8. Попова В.О., Балезина Е.А. Роль средств массовой информации в формировании стереотипов массового сознания // Вестник Пермского университета. Философия. Психология. Социология. Пермь, 2015. Вып.2.
9. Уолтер Липпман. Общественное мнение. – М.: Институт Фонда «Общественное мнение», 2004. – 384 с.
10. Хантаев С.Н. Медиапространство как среда распространения этнических стереотипов // Манускрипт. 2017. №3–2 (77).

Lebedeva Eugenia Aleksandrovna

Institute of world civilizations, Moscow, Russia

E-mail: alevel01@list.ru

Somova Inna Yur'evna

Institute of world civilizations, Moscow, Russia

E-mail: Innaaleftina@mail.ru

The meaning of stereotypes in the media space

Abstract. This article is devoted to the problem of distribution of stereotypes in the media space, describes their distinctive features. It clarifies the role of media space in modern society, and also notes the special influence of the Internet on the spread of stereotypes in social networks. It is concluded that the media space has a high potential as a medium for spreading stereotypes. This is also facilitated by social networks, which are considered an integral segment of the development of the Internet. The authors argue that in General, the development of the media space in modern society moves with the development of the country itself and all spheres of its life. Stereotypes-have become an integral part of people's lives, thanks to them, there are associations about each ethnic group, there is an interest in studying culture, traditions, language, finding evidence to refute the most stable stereotypes. The emergence of social networks has helped create certain boundaries of communication between people. People have become more likely to communicate in social networks than in reality. The authors note that the Internet can reduce the number of imposed stereotypes, since it gives people access to any type of information, as well as direct contact with representatives of various social groups, makes communication between representatives of different cultures and Nations more accessible and easier.

Keywords: ethnos; stereotype; ethnic stereotype; political stereotype; media space; mass media; social networks; Internet; society

REFERENCES

1. Buzin V.N. Mediaprostranstvo v strukture sotsial'nogo prostranstva // Sotsium i vlast'. Chelyabinsk, 2012. № 2 (34). S. 9–13.
2. Zhirinovskiy V.V. Problemy formirovaniya novogo obrazovatel'nogo landshafta // V sbornike: Rossiya i mir: razvitie tsivilizatsiy. Materialy IX mezhdunarodnoy nauchno-prakticheskoy konferentsii. 2019. s. 12–14.
3. Internet-kommunikatsiya kak novaya rechevaya formatsiya: kollektivnaya monografiya / nauch. red. T.N. Kolokol'tseva, O.V. Lutovinova. M., 2012. 328 s.
4. Kalashnikova A.E. Gendernye stereotipy. zhenskiy vzglyad na problemu. <http://psychology.snauka.ru/2015/07/5091> iaprostranstvo-kak-sreda-rasprostraneniya-.
5. Kryaklina T.F. Ehtnicheskie stereotipy kak predmet ehtnopolitologicheskogo analiza [Ehlektronnyy resurs] // Kontsept: nauchno-metodicheskiy ehlektronnyy zhurnal. Kirov, 2014.
6. Mel'nikov A.P., Somova I.Yu. Analiz kul'turnykh stereotipov inostrantsev o Rossii // Rossiya i mir: Razvitie tsivilizatsiy. Materialy IX mezhdunarodnoy nauchno-prakticheskoy konferentsii: v 2-kh chastyakh. Izd. IMTS Moskva, s. 423–431.
7. Morozova S.A., Somova I.Yu. Rechevoy ehtiket v sotsial'nykh setyakh // V sbornike: Grani kul'tury: aktual'nye problemy istorii i sovremennosti. Materialy XIV nauchnoy konferentsii s mezhdunarodnym uchastiem. Moskva, 2020, s. 380–387.
8. Popova V.O., Balezina E.A. Rol' sredstv massovoy informatsii v formirovanii stereotipov massovogo soznaniya // Vestnik Permskogo universiteta. Filosofiya. Psikhologiya. Sotsiologiya. Perm', 2015. Vyp.2.
9. Uolter Lippman. Obshchestvennoe mnenie. – M.: Institut Fonda «Obshchestvennoe mnenie», 2004. – 384 s.
10. Khantaev S.N. Mediaprostranstvo kak sreda rasprostraneniya ehtnicheskikh stereotipov // Manuskript. 2017. №3–2 (77).