

## ПРОЦЕСИ РУЙНАЦІЇ СТЕРЕОТИПІВ У МЕДІАСЕРЕДОВИЩІ

*Актуальність.* Проблема руйнації стереотипів масової свідомості виникає внаслідок активізації їх негативних модусів, деструктивної функціональності. В цьому аспекті вони виступають об'єктом медіакритики, актуальним напрямом медіаосвіти. Статус стереотипів як «усезагальних форм» пізнання і діяльності з цих позицій піддається сумнівам, оскільки відкритим лишається питання їхньої мінливості, яка реалізується у корекції або радикальній трансформації стереотипів у медіасередовищі. Ціннісна нормативність цих когнітивно-поведінкових схем виявляється okazіональною. Вона залежить від соціальних умов, які перш за все чинять вплив на емоційно-оціночну сферу людини. Виникаючи в умовах дефіциту інформації або часу на її якісне опрацювання, стереотипи формують помилкові уявлення щодо соціальних реалій. Вони деформують інтерпретацію подій та викривлюють характер міжгрупової взаємодії. Навіть тоді, коли категоріальні ознаки об'єкту усередині стереотипу залишаються сталими, зміни відбуваються на рівні установок, що входить до складу стереотипно-установочного комплексу.

Свідченням помітного зацікавлення питанням зміни стереотипів є розвідки Л. Павлюк, В. Владимірова, М. Слюсаревського, І. Грабовської, А. Назаретяна, В. Петренка, В. Янчука [1; 2; 4; 6; 7; 8; 9]. Ревізія усталених когнітивних конструктів проголошується завданням медіакритики [5].

Найбільша кількість найвпливовіших стереотипів утворюється й функціонує на рівні масової свідомості. Стереотипи виявляють себе як продукти колективної взаємодії. Найчастіше це автономні феномени, що не залежать від волі та бажань конкретної людини. А отже, найліпше вони піддаються руйнації у тому середовищі, яке їх породило. «Масова комунікація – ідеальний простір перманентного вдосконалення соціального знання,

а отже – безперервного процесу корекції стереотипів» [6, 156], – пише Л. Павлюк. Антистереотипна настанова у медійному дискурсі реалізується декількома шляхами, зокрема, як:

1) *протиставлення стереотипному баченню індивідуалізованого, яке екстерналізує суб'єктивне*. Прикладом такої дестереотипізації може бути суб'єктивний погляд М. Дубинянського на амбівалентні військово-історичні стереотипи, представлені опозиціями добро/зло, герой/злочинець, брехня/істина. Автор пропонує відмовитися від категоризації дійсності за допомогою диз'юнктивів, яку він пов'язує із вульгарною історичною міфологією, та розглянути численні факти, що свідчать про безліч проміжних варіантів. Руйнація амбівалентної структури колективних уявлень, перехід до диференційованих образів та категоріальних оцінок є свідченням руйнації стереотипу, що тяжіє до контрастного мислення. Переоцінку багатьох історичних фактів автор пов'язує із віднайденням сенсу, що перебуває між полюсами опозицій. Приміром, він пише: «Явна відвага, на жаль, не звільняє від підозри у звірствах, а жорстокість не обов'язково є синонімом підлості й боягузтва. Зрозуміло, нам, хто звик до хрестомагійних образів шляхетного героя й безсердечного лиходія, нелегко прийняти цю істину. Але треба» (Дубинянський М., «Три перепустки в історичну міфологію», «ДТ», 2007, № 11). Реалістичність медіаційного сенсу опозиції герой/злочинець яскраво відображена у висвітленні «козацької слави» Т. Г. Шевченком. За свідченням О. Забужко, «то слава не жертв, і не мучеників, і вже в жодному разі не ідеальних героїв „без страху й догани“, а *невинних злочинців*, котрі, прийнявши естафету „необхідного“ зла в утвердженні субстанційної волі народу до свободи, заклали тим самим у національну долю програму самознищення» [3, 136-137]. Це приклад історично й ментально умотивованого діалектичного поєднання сенсів, у якому постає правда буття;

2) *протиставлення загальноприйнятому апіорному досвіду живого й безпосереднього*. В такий спосіб, приміром, вибудовується інтерв'ю Д. Стуса з О. Забужко («ДТ», 2003, № 4). Своїми відповідями письменниця руйнує стереотипи, що відбивають загальновизнані погляди на її творче життя, світогляд, «бачення української традиції, самої семантики українства». О. Забужко не лише заперечує стереотипні уявлення, що склалися навколо її творчості, але й намагається виявити

ментальні витоки таких уявлень. Вона полемізує з масовим читачем, з критикою «радянського гарту», обстоюючи власне бачення Т. Г. Шевченка. «Анонімний -енко» – квінтесенція й продукт радянського міфологізування Шевченко – ототожнюється нею із масовою людиною совдепівського гатунку: «...я заперечую міфологему, витворену советизованою культурою, про Шевченка – жлоба в смушевій шапці, того нібито „мужика“ -самоука, на якого совдепія вчила рівнятися цілі покоління інших мужиків-самоуків... Я ж своєю книжкою демонструю, що це був інтелігент, який здобув найкращу в Російській імперії освіту... Певна річ, що розкручування цього сюжету діє на -енків, як червона ганчірка на бика» («ДТ», 2003, № 4);

3) *протиставлення традиційному унормованому сприйняттю певної реалії тих фактів та явищ, що йдуть урозріз із легітимованою тенденцією.* Так, у статті «„Дорослі студенти“: розкіш чи нагальна потреба?» Н. Вареник спочатку констатує стереотип, вказує на його витоки й детермінанти, а згодом посилається на думки експертів, які дестереотипізують уявлення про другу вищу освіту. «Сформувався певний стереотип, що виділяє другу вищу освіту в якесь особливе, виняткове явище» («ДТ», 2008, № 41), – пише авторка і, розкриваючи його змістове наповнення, наводить такі ознаки феномена, що склався за радянських часів, як якість, «безкорислива любов до наук», можливість самореалізації. Вона вказує на ригідність стереотипу, здатність протистояти безпосередньому досвіду: «І хоча реалії нашого життя дуже змінилися, стереотип продовжує жити як міф про якусь особливу освіту для літніх працюючих людей» (там само). Подалі текст вибудовується шляхом підпорядкування логіці дестереотипізації. Маємо той випадок, коли антистереотипна настанова стає імпульсом для розгортання змісту. «Поняття „друга вища освіта“ в нинішніх умовах втрачає той смисл, який у нього вкладався раніше, це всього лише побутова назва» (там само), – цей коментар директора департаменту вищої освіти Міністерства освіти і науки Ярослава Болюбаша розпочинає дискурс, у якому руйнується виявлений стереотип.

На протиставленні стереотипів та реалій часто вибудовуються журналістські матеріали, що репрезентують резонансні події: «Галицьке сафарі. „КіноЛев“ обіцяє „зламати стереотипи“» («ДТ», 2008, № 30). Критичне опрацювання стереотипів складає основну інтригу матеріалу

С. Сененко «Жінка versus чорношкірий, або Про роль стереотипів в американських президентських виборах», де авторка розмірковує з приводу перегляду виборцями збірного портрету «типового американського президента» («ДТ», 2007, № 37).

З точки зору А. П. Назаретяна, стереотип характеризується амбівалентністю, тобто містить водночас і певне твердження, і його заперечення. Коли потік інформації, яка суперечить наявному стереотипу, з якоїсь причини стає настільки потужним, що прориває всі захисні бар'єри, стереотип, залишаючись надмічним утворенням, може не руйнуватись. Він ніби перевертається [4].

Означена особливість стереотипу може бути охарактеризована за допомогою поняття «інверсія», яка корелює із архетипічними уявленнями про «перевертництво», де кожний сенс може виявитися фікцією, оманю, яка приховує прямо протилежний сенс. В. Ф. Петренко, проте, дещо ускладнює цей процес, розглядаючи його в контексті когнітивної специфіки суб'єкта. Він ставить «інверсивну поведінку» стереотипу у залежність від когнітивної зрілості особистості. Так, когнітивно зріла людина при контакті із дисонансною інформацією, що стосується значущої для неї події або особистості, буде схилитися до руйнування стереотипу й створення об'ємного образу, тоді як у когнітивно не розвинутого суб'єкта в аналогічній ситуації стереотип не зруйнується, а лише змінить модальність на протилежну, приміром, безумовно позитивне заступиться негативним [7, 41]. Важливим джерелом когнітивного розвитку людини мають стати медіа, які й сприятимуть деполяризації світу у сприйнятті масами. «Дотримуючись стереотипів, світ – чорний або білий, – сказала в інтерв'ю газеті „День“ доктор психології Варшавської вищої школи психології Б. Вайгль, – але ж світ не чорний і не білий, він – різноманітний. Це перша теза й умова – інформація, доступність інформації, якнайбільше знань про інших» (Єгорова І., «Однаково складно навчитися жити як цілим народам у об'єднаній Європі, так і жінці з новонародженою дитиною», «День», 2006, № 136). Подальші її міркування цілком суголосні медіакритичним студіям з приводу небезпечності стереотипів: «Стереотипи, як відомо, дуже живучі, й треба усвідомлювати, де саме вони творяться. А творяться вони там, де немає знань, немає інформації про історію, де не досліджується досвід, де відсутні пошуки. Стереотипи й упередження не вимагають роботи душі, адже це досить легкий спосіб

пізнання світу» (там само). Б. Вайгль застерігає проти штучної категоризації світу на засадах опозиції Ми/Вони, яка спричиняється до визнання двох сторін конфлікту, ескалації соціальної напруженості; проти руйнації стереотипів за принципом перевертництва, здійснення ідеологічного, морального тиску при переході в оцінках явищ «від білого до чорного», яке зазвичай провокує лише реактанцію аудиторії. Протидію стереотипам Б. Вайгль пов'язує із можливостями міжособистісної комунікації представників різних груп. Читачам «Дня» вона розповідає про результати експерименту<sup>1</sup>, який наочно демонструє дієвість контактної гіпотези руйнування стереотипів, де прототипній моделі нації протистоїть екземплярна модель, що й викликає дестереотипні процеси у масовій свідомості.

Отже, соціальні стереотипи, які містяться у масовій свідомості, чинять значний вплив на пізнавальні процеси, обмежуючи та певним чином спрямовуючи процедуру осмислення нового явища. Її змістове наповнення утворюється шляхом елементарного попереминого співвіднесення із сенсом як одного, так і другого полюса стереотипу. На явище, що осмислюється, здійснюється екстраполяція соціально детермінованого сенсу, який концентрується на певному полюсі стереотипу. Таким чином людина отримує можливість вибору в межах запропонованої альтернативи. Процедура осмислення завершується партиципацією, тобто ототожненням сенсу нового явища із сенсом одного з полюсів, що одночасно

---

<sup>1</sup> «Я в Польщі проводила доволі цікаві опитування про ставлення молодих людей до народу загалом – до поляків, євреїв, українців, росіян, циганів... Загалом було запропоновано 36 національностей. Оцінки дуже відрізнялися. Молоді люди найбільшу кількість позитивних рис віддали полякам, за ними йшли французи, італійці, англійці. Найменше позитивних рис перепало циганам і росіянам, українці опинилися на 26-му місці. А потім ми показали невиразну фотографію, чорно-білу, змазану, та попросили: оціни цю людину, це – єврей. А другому, показавши те саме фото, говорили: опиши цього українця, і так по черзі – цигана, німця, бельгійця... І з'ясувалося, що оцінки наче нівелювалися, покращилися, вплив приналежності до певного народу зникав. Це доводить, що контакт із людьми – найкращий спосіб визначення ставлення. Група – це одне, а конкретна особистість, з якою розмовляв, знаєш, про що вона думає та мріє, – зовсім інше» (Сгорова І., «Однаково складно навчитися жити як цілим народам у об'єднаній Європі, так і жінці з новонародженою дитиною», «День», 2006, № 136) .

протиставляє його сенсу другого полюса як не існуючого. Тут ми спостерігаємо жорсткий, безкомпромісний процес, у результаті якого сенс ще одного явища входить до картини світу, що історично склалася, стає її елементом, «позначеним» вже наявним в цій картині сенсом.

Дуальна опозиція, яка міститься у соціальному стереотипі, є найбільш простою формою розвитку картини світу певної соціальної групи, передумовою до її самозмінення. Приміром, не так давно набув протилежного знаку стереотип «у нас усе добре – на Заході все погано». Це приклад інверсії, і тут не йдеться про змістовно новий спосіб мислення чи світосприйняття. Означений механізм функціонування є характерним для численних амбівалентних соціальних стереотипів, які перевертаючись, провокують деструктивні процеси у масовій свідомості. Руйнування усталених міфологем, ідеологічних нашарувань в соціумі, на думку І. Грабовської, створює ситуацію «загальної розгубленості, яка породжує в індивіда дві реакції: перша – схильність до стереотипу, тобто до своєрідної екстремі, спрощення, яке компенсує весь можливий інструментарій розвинутої громадянської особи; друга – кожен стереотип закликає до своєї протилежності, виникає персоніфікація, звідси віра в патріарха, або в президента» [2, 140].

Руйнування стереотипів також може бути пов'язане із здійсненням когнітивної процедури медіації, що є відповіддю на неспроможність людини розв'язати складні соціальні проблеми на інверсійно-емоційних засадах. Логіка медіації призводить до виникнення нового змісту внаслідок зростання критичного ставлення до сенсів, що склалися як на одному, так і на іншому полюсі стереотипу. Медіаційне рішення дозволяє перейти до якісно нового сенсу, що перебуває за межами стереотипу.

Екстраполюючи закономірності функціонування стереотипів на площину журналістської практики, можна помітити, що найбільш розповсюдженою є інверсійна модель трансформації стереотипів. Втім, подібний підхід є надто спрощеним, він не руйнує стереотип, а лише змінює його модальність, тим самим залишаючи можливість повторного перевертання. Безумовно, більш плідною може виявитися медіаційна модель, яка, втім, потребує від журналістів значно більших когнітивних зусиль. Вони мають дослідити природу стереотипу та соціальні витоки його існування, що потребуватиме певних знань із галузі історії, етнографії, соціології, політології тощо. Окрім того, слід враховувати, що усталеність стереотипу,

його ригідність щодо впливу нових фактів та уявлень може бути обумовлена його архетипічним походженням. Так, переважна більшість етнічних стереотипів мають архетипічне коріння, тому піддати їх руйнації без звернення до генетичних витоків практично неможливо.

Характерно, що в контексті цієї проблематики найбільша кількість досліджень присвячена саме етнічним стереотипам, тобто спрощеним образам етнічних груп. Це можна пояснити тією негативною роллю, яку відіграють стереотипи при взаємодії різних етнічних груп, провокуючи численні міжнаціональні конфлікти. Через низьку безпосередню контактність з різними етносами індивіди отримують відповідну інформацію тільки через ЗМК, що абсолютизує їхнє значення у створенні, розповсюдженні та підтримці певних етнічних стереотипів. Розглянемо конкретну спробу руйнування етнічного стереотипу в ЗМІ, здійснену К. Гудзик у статті «Арабська культура в Європі: про деякі стереотипи „культурності“ та „цивілізаційності“» («День», 2006, № 59). Розкриваючи зміст стереотипу, авторка констатує: «Арабський світ однозначно асоціюється з ісламом, життя мусульман – з вузькими рамками шаріату, а те, що називають ісламською цивілізацією, європейцями сприймається як неприваблива антитеза цивілізації „істинної“, як відхилення від загально визнаних та природних людських стандартів». Очевидною є амбівалентність ісламського стереотипу, що виражена в опозиції «європейська цивілізація – ісламська антицивілізація» (там само). Гомогенність стереотипізованого об'єкту виявляється у твердженні: «ісламський світ відстав, не доріс чи взагалі не здатен дійти до рівня сучасного життя та науки» (там само). Пошук авторкою нового сенсу відбувається у напруженому полі дуальної опозиції між полюсами стереотипу, між сконцентрованими на них сенсами, що склалися історично. Інверсійне рішення у трансформації стереотипу набуває аргументованого вигляду через ретроспективний огляд архетипічних витоків ісламського стереотипу. Серед складових ментального паттерну європейської етнічної групи, що значною мірою вплинули на формування означеного стереотипу, К. Гудзик виявляє спрощене, аксіологічно опрацьоване уявлення щодо такого історичного явища, як хрестові походи 1096-1270 років. Власне тут знаходяться витoki основних змістових елементів стереотипу, таких як «жорстокість», «варварство», «релігійний фанатизм». Отже, стереотип хрестових походів у масовій свідомості європейців є архетипізованим

стереотипом-причиною більш пізнього стереотипу-наслідку, у якому ісламський світ поза історичною конкретикою постає як «жорстокий», «фанатичний», «варварський». Усвідомлюючи означену історичну детермінованість ісламського стереотипу, К. Гудзик подає альтернативну оцінку означеним подіям, наводячи такий факт: «У 2000 році Римський Папа Іоанн Павло II просив у мусульман вибачення за жорстокість хрестових походів 1096-1270 років» (там само). Дане твердження свідчить про запропоновану авторкою інверсію ісламського стереотипу, яка, втім, видається їй надто спрощеним варіантом вирішення складного соціального питання. Перехід до якісно нового змісту відбувається у статті шляхом медіації, тобто спроби творчого синтезування вихідних сенсів полюсів дуальної опозиції усередині стереотипу. Логіка медіації примушує авторку послатися на факт, який дозволяє критично переглянути обидва полюси ісламського стереотипу: «Влітку 2006 року в Римі з ініціативи Ватикану проводилася конференція, де вирішувалося й донині злободенне питання: хто винен у хрестових походах, християни чи мусульмани?» (там само).

Категоріальна модель ісламського стереотипу, що існує у масовій свідомості європейців і активно підтримується засобами масової інформації, є досить складною, не завжди тут можна виявити причинно-наслідкові зв'язки між складниками змісту. Так, історично не вмотивованим уявляється сприйняття ісламського світу, як далекого від культури, науки та взагалі від прогресивних цивілізаційних процесів. Спростовуючи цю складову стереотипу, авторка знов вдається до інверсії: «В період темного середньовіччя європейці вчилися в арабів і завдяки саме ісламським вченим стало можливим відновлення майже втраченого зв'язку між античною культурою, з одного боку, та європейською християнською з іншого» (там само). І далі вона наводить факт, що є руйнівним для стереотипів українського менталітету: «За свідченням дослідниці Н. Яковенко, у Києві в XV столітті займалися перекладами творів Аристотеля з арабської мови» (там само). Підсилюючи інверсію, К. Гудзик подає короткі історичні відомості щодо видатних вчених ісламського світу. Втім, вирішуючи завдання скасування негативних стереотипних уявлень щодо ісламського світу, авторка все ж таки не уникає їхнього впливу і посилює на «теорію пасіонарності» Л. Гумільова, дозволяє собі такий вислів: «...це був ривок *напівдикого народу пустелі*, який за короткий історичний час опанував значну частину



європейського світу» (там само). Подібна неоднозначність в оцінці етно-соціальних явищ обумовлена специфікою функціонування стереотипів, які визначаються в межах групової приналежності людини. Сприйняття Іншого як представника аутгрупи всупереч індивідуальному досвіду взаємодії з ним тяжіє до репродукції стереотипів, розповсюджених в інгрупі. Саме тому спроби вітчизняних журналістів на шпальтах суспільно-політичної періодики скоригувати сприйняття ісламського світу, яке узагальнено можна визначити, як «ісламофобія», як правило, не виходять за межі інверсії стереотипу, що надає можливість альтернативного прочитання.

Зовсім іншим чином побудована практика руйнування етнічних стереотипів в релігійній (в даному випадку ісламській) періодиці. Так, майже жодний номер видання «Арраїд» (орган Міжобласної асоціації громадських організацій «Арраїд») не обминає питання негативного стереотипного уявлення ісламу європейською етнічною групою. Прямо чи побічно осуд стереотипів міститься в публікаціях різних жанрів – передової статті, інтерв'ю, сповіді, репортажу тощо. І тут ми стикаємося з унікальною ситуацією, коли масовій свідомості протидіє релігійна свідомість: стереотипи опрацьовуються в контексті нормативно-релігійного дискурсу, ознаками якого є сакралізована лексика, ритуалізований спосіб викладення матеріалу з апеляцією до авторитетів, специфічний критицизм.

Окрім охарактеризованих когнітивних процедур, спрямованих на руйнацію стереотипів у межах конкретного тексту, варто також виділити процеси, що виявляються впливовими на більш істотних масивах інформації. Йдеться про:

– субтипізацію – зміну конфігурації когнітивної схеми внаслідок реакції на її спростування шляхом виділення ряду субкатегорій. Приміром, мусульмани, які категоризуються у медіа переважно як фанатики віри, а часто й як потенційні терористи, інколи репрезентуються як гостинні, щирі, романтичні тощо. Не релевантні провідній категорії ознаки, проте, не спричиняються до її руйнації, а провокують появу субкатегорій, що здатні викликати альтернативне бачення вихідної когнітивної схеми;

– конверсію – радикальну трансформацію стереотипу внаслідок досягнення інформації, що йому протирічить, критичної маси. Обидва процеси характеризуються поступовістю, пролонгованістю у часі, що надає можливості В. О. Янчуку образно назвати їх «відтаванням» стереотипів [9, 386].

Отже, журналістська практика може бути організована таким чином, щоб впливати на наявні соціальні стереотипи. Хоча, безумовно, процес управління стереотипами має охоплювати набагато ширше соціальне поле, у якому, окрім ЗМІ функціонують й інші різновиди засобів масової комунікації, що здатні впливати не лише на когнітивні та емоційні аспекти стереотипів, а й на сферу пов'язаних з ними міжгрупових відносин, включаючи поведінку, соціальні установки (атитюди) тощо.

#### БІБЛІОГРАФІЯ

1. *Владимиров В. М.* Журналістика, особа, суспільство: проблема розуміння/ Володимир Михайлович Владимиров. – Луганськ: вид-во СНУ ім. В. Даля. – 2003. – 272 с.
2. *Грабовська І.* Сучасні українці у дзеркалі чужих та власних стереотипів/ І. Грабовська // Сучасність. – 2004. – № 9. – С. 138-147.
3. *Забужко О.* Шевченків міф України. Спроба філософського аналізу / О. Забужко. – 4-е вид. – К.: Факт, 2007. – 148 с.
4. *Назаретян А. П.* Социальные стереотипы в информационно-смысловой системе личности/ А. П. Назаретян // Актуальные проблемы социальной психологии: Тезисы науч. сообщ. Всесоюз. симпозиума по соц. психологии. – Ч. 1. – Кострома. – 1986. – С. 110-111.
5. *Павлюк Л.* Медіа-міфокритика [електронний ресурс] / Людмила Павлюк // Медіакритика. – № 1. – [http://www.mediakrytyka.franko.lviv.ua/N1/1\\_pavluk.htm](http://www.mediakrytyka.franko.lviv.ua/N1/1_pavluk.htm)
6. *Павлюк Л. С.* Риторика, ідеологія, персуазивна комунікація: Посібник / Л. С. Павлюк. – Львів: ПАІС, 2007. – 168 с.
7. *Петренко В. Ф.* Язык метафоры в рейтинге политических лидеров / Виктор Федорович Петренко // Социологический журнал. – 2002. – № 1. – с. 41-48.
8. *Слюсаревський М. М.* Стереотип-перевертень // Слюсаревський М. М. Ілюзії і колізії. – К.: Гнозис. – 1998. – 234 с.
9. *Янчук В. А.* Введение в современную социальную психологию. – Минск: АСАР. – 2005. – 768 с.