

Представления молодого поколения граждан о национальных стереотипах в современной информационной среде

Научный руководитель – Богданова Ирина Николаевна

Полякова Екатерина Андреевна

Студент (магистр)

Южный федеральный университет, Институт социологии и регионоведения, Кафедра регионалистики и евразийских исследований, Ростов-на-Дону, Россия

E-mail: ms.katerin2002@mail.ru

Стереотипы о представителях разных этнических групп, часто основанные на смеси фактов и вымысла, представляют собой обобщенные образы, не всегда соответствующие реальности. Опасность этнических стереотипов заключается в том, что они предоставляют готовые шаблоны для оценки людей из других культур. Например, зачастую мы встречаем стереотип о том, что русские носят шапки-ушанки, потому что тут вечная зима, а из развлечений тут только игра на балалайке. Или же о высокомерии британцев, медлительности эстонцев и многом другом. Такого рода установки могут повлиять и помешать эффективному взаимодействию, так как они не отражают особенностей и разнообразия человеческой личности.

Важно понимать, что этнические стереотипы часто укореняются и поддерживаются средствами массовой информации, художественной литературой, кино и рекламой. Эти инструменты формируют общественное мнение и способствуют укоренению предвзятых взглядов на представителей других культур. А.Г. Асмолов [1] рассматривает этнические стереотипы как нерелефлексивные способы упрощения межэтнического взаимодействия, основанные на «этнической стереотипизации». По его мнению, стереотипы также отражают функционально-ролевые особенности личности в контексте этнической группы и ее социотипические характеристики. А.В. Дмитриев [3] же определяет этнический стереотип как закреплённую установку на восприятие и оценку поведения конкретных групп, таких как диаспоры и землячества. Таким образом, оба автора подчеркивают функциональную роль этнических стереотипов в формировании взаимоотношений между людьми из разных культур, но при этом подчеркивают разные аспекты этого явления. Асмолов фокусируется на когнитивных процессах и индивидуальных чертах восприятия, в то время как Дмитриев акцентирует внимание на социальном контексте и групповых особенностях.

В этой связи примечательным становятся черты трансляции национальных особенностей сквозь призму виртуального пространства, которой повсеместно доступно во всем мире. Онлайн-пространство как амплификатор стереотипов может действовать сразу в трех направлениях:

- В первую очередь, виртуальная среда, развитая в нынешних условиях достаточно высоко, а также Интернет, социальные сети, форумы и другие платформы способствуют широкому распространению и укреплению национальных стереотипов.
- Во-вторых, большую роль играет анонимность, ведь отсутствие физического контакта и анонимность позволяют людям свободно выражать предвзятые мнения и усиливать стереотипные представления.
- В-третьих, фактор влияния глобализация занимает значимые позиции. Онлайн-пространство обеспечивает глобальный доступ к информации, что может привести к широкому распространению стереотипов за пределы национальных границ.
- И, в-четвёртых, распространённые сейчас "Эхо-камеры", т. е. особые алгоритмы и фильтры в социальных сетях, которые могут создавать локальные сетевые группы и про-

странства, для людей, где пользователи встречают только информацию, подтверждающую их существующие стереотипные взгляды. Зачастую такие пространства сети поддерживаются при помощи таргетированной рекламы, персонального подбора новостей из рекомендаций, основанных на том, что пользователь лайкает, какие сайты посещает, что комментирует. [4]

Можно выделить целый ряд укрепившихся в современном глобальном пространстве Сети видов таких стереотипов, складывающихся на основе убеждений о тех или иных национальностях. Отметим положительные стереотипы, т. е. идеализированные представления о национальных чертах и культуре. Далее большее воздействие имеют отрицательные стереотипы -предвзятые мнения о национальных характеристиках, которые часто ведутся к дискриминации и неприязни. И генерализация, т. е. такие представления, которые приписывают определенные качества всем членам нации без учета индивидуальных различий.[5]

Но обратим внимание на мнение наиболее вовлеченной в среду цифровой реальности людей. Современная молодёжь является наибольшим представительством медиапространства, более качественно владеет инновациями и возможностями Сети Интернет, а значит в большей степени подвержено влиянию навязываемому в виртуальном мире. Все чаще можно заметить, как представления этой группы трансформируются в зависимости от глобальных трендов, поэтому важно проследивать эту динамику.

В рамках изучения материалов нашего исследования был сделан ряд выводов, посвященных раскрытию изучаемой нами темы. Заметим, что среди порошенных были представители молодого поколения г. Таганрога, в возрасте от 18 до 35 лет.

Нами был определён ряд фактов, которые в наибольшей степени отмечали представители молодого поколения в вопросе, связанном с наиболее часто замечаемыми ими стереотипами и фактами о представителях национальных групп Ближнего Востока, среди которых были отмечены: арабы, персы, ассирийцы, азербайджанцы, курды и турки.

Наиболее часто отмечались: «риски терроризма» (102% в рамках множественного выбора вариантов ответа). Молодые люди часто встречаются с мнением о связи жителей Ближнего Востока с терроризмом, что ведет к негативному и обобщенному представлению обо всех арабах и мусульманах. Достаточно активно отдавали предпочтение ответам, связанным с качествами людей другой национальности: «агрессивность»- 105%, «распушенность, вседозволенность» - 104%.

Также популярным ответом стало мнение о «женское угнетение и отсутствие равноправия»- 105% в рамках множественного выбора вариантов ответа. Это связано с представлениями о женщинах Ближнего Востока как угнетенных и не имеющих прав, что не соответствует реальности и разнообразию женской жизни в регионе. Также замечено, что достаточно актуальным стало мнение о «отсталости и нецивилизованности людей из данного региона»-86%. Стереотип о "неразвитости" и "нецивилизованности" жителей Ближнего Востока, зачастую поддерживается и распространяется в Интернет-СМИ из-за приезжих мигрантах на территории РФ, которые устраивают дебош или неправомерные действия в стране, что и освещается в новостных порталах. Отметим и факт распространения мнения о «нетерпимость к другим религиям»- 79%. Предвзятое мнение о нетерпимости мусульман к другим религиям тоже достаточно частый стереотип, который был отмечен молодыми людьми.

На данный момент такого рода представления придаются большей огласке по средствам локальных новостных групп, тематических пабликов, городских Интернет-сообществ, где на обозрение выставляются единичные случаи столкновений или происшествий, в которых фигурируют люди других национальностей. Выяснение влияния такого рода контента на восприятие молодыми людьми было оценено нами в рамках одного из во-

просов исследования. Было установлено, что по большому счёту молодёжь достаточно нейтрально относится к таким новостям, «воспринимает такой контент нейтрально»- 62% опрошенных, пропускает мимо себя и не вступает в полемику в комментариях под такими «постами».

Таким образом, становится понятно, что в сознании молодого поколения граждан уже сформировался определённый образ представителей национальной группы Ближнего Востока. По большому счёту оказалось, что такой образ установился по средствам национальных стереотипов, преобладающее число которых связано с негативной оценкой этнических групп или на основе негативного опыта, транслируемого в СМИ. А т.к. современная молодёжь большее время проводит в пространстве виртуальной реальности, то такие стереотипы активно тиражируются в Интернет- среде. При этом в контексте оценки негативных новостей о представителях другой национальности часто молодые люди не высказывают открытого презрения и избегают конфликтов и разжигания ненависти и розни.

В соответствии с вышеизложенным анализом и рассуждениями, можно выдвинуть предположения о мерах борьбы с национальными стереотипами в пространстве виртуальной реальности для целевой группы представителей молодёжи. В первую очередь стоит обратиться к просвещению, а также повышению осведомленности общественности о вреде национальных стереотипов и пропаганда толерантности. Далее упор можно сделать на модерацию контента, т. е. фильтрованию неприемлемого контента, который содержит национальные стереотипы и пропаганду ненависти. Важно также и поощрение диалога, и создание платформ для конструктивной связи между представителями разных национальных групп. Ведь на данный момент чувствуется разрозненность и обособление отдельных национальных групп в локальные Интернет-сообщества. Важно не забывать и о развитии медийной грамотности, которая могла бы способствовать обучению людей критическому анализу информации в онлайн-пространстве и отличию фактов от стереотипов.

Источники и литература

- 1) Асмолов А.Г., Шлягина Е.И. Национальный характер и индивидуальность: опыт этнопсихологического анализа // Психологические проблемы индивидуальности. Вып. 2. - М., 1984. – С. 257–260.
- 2) Горшунов Ю. В., Горшунова Е. Ю. Этнические стереотипы и ярлыки как средство дегуманизации // Вестн. Башк. ун-та. 2014. № 3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/etnicheskiestereotipy-i-yarlyki-kak-sredstvo-degumanizatsii> (дата обращения: 17.11.2024).
- 3) Дмитриев В.А. Этнический стереотип — конфликтоген?// Идентификационные стратегии диаспорных и земляческих групп в российских регионах: сб. статей / Под ред. А.В. Дмитриева. М.: Новый Хронограф. 2016. С.41-51.
- 4) Мельник Г.С. Mass-media: психологические процессы и эффекты. СПб.: Изд-во Санкт-Петербургского университета. 1996. -160 с.
- 5) Социальные факторы межэтнической напряженности в России : монография / М. Ф. Черныш и др.; отв. ред. Ю. Б. Епихина, М. Ф. Черныш. Москва: ФНИСЦ РАН, 2017. — С. 198.