

Т. И. Ерохина<sup>4</sup>

## НАЦИОНАЛЬНЫЕ СТЕРЕОТИПЫ В СОВРЕМЕННОЙ МАССОВОЙ КУЛЬТУРЕ: PRO ET CONTRA<sup>5</sup>

Осмысление национальных стереотипов в условиях глобализации и интеграции, взаимодействия и взаимовлияния национальных культур, развития межкультурной коммуникации и миграционных процессов не только актуально, но и онтологически зна-

чительно для современной социокультурной ситуации. Террористические угрозы, развитие национализма и шовинизма, реально происходящее и подчас провокативно инспирируемое обострение национального вопроса, который, с одной стороны, становится естественной ответной реакцией на геополитические вызовы, а с другой — оборачивается войнами и насилием на национальной почве, обуславливают необходимость изучения национальных стереотипов в междисциплинарной парадигме. Таким образом, национальные стереотипы становятся предметом исследования философии и социологии, психологии и педагогики, политологии и культурологии.

В этом контексте осмысление функций и роли национальных стереотипов в современной массовой культуре обусловлено рядом дополнительных причин. Во-первых, актуализация национальных стереотипов прямо пропорциональна распространению вне-национальной и транснациональной массовых культур. Во-вторых, природа массовой культуры оказывается

<sup>4</sup> Проректор по учебной работе Ярославского государственного театрального института, заведующая кафедрой культурологии Ярославского государственного педагогического университета, доктор культурологии, профессор. Автор более 130 научных и учебно-методических публикаций, в т. ч. монографий и учебных пособий: «Личность и текст в культуре русского символизма», «Коды массовой культуры» (в соавт.), «Российский дискурс массовой культуры: эстетические практики и художественный образ» (в соавт.), «Культурфилософское обоснование трансформации российского опыта в контексте взаимодействия глобального и локального» (в соавт.). Член Союза театральных деятелей России. Награждена почетной грамотой Министерства образования и науки РФ.

<sup>5</sup> Работа выполнена при финансовой поддержке РФФ, грант № 14-18-01833 «Текст и контекст массовой культуры: российский дискурс».

близкой природе бытования национальных стереотипов, поскольку тяготеет к стереотипизации и клишированию, а также к воспроизведению архетипов, среди которых национальное, понимаемое в соотношении с коллективным бессознательным и культурной памятью, становится своего рода маркером «своего» и «чужого». В-третьих, массовая культура, как и национальные стереотипы, имеет достаточно устойчивый (в своей «воспроизводимости») и тяготением к стабильности) и эмоционально выраженный (в восприятии и оценке) характер, что также позволяет обнаружить определенную взаимосвязь и взаимозависимость функционирования массовой культуры и репрезентации национальных стереотипов. В-четвертых, значимость осмысления национальных стереотипов в контексте массовой культуры определена и тем, что все чаще национальные стереотипы коррелируют с пониманием национальной идентичности и именно массовая культура становится фактором формирования и репрезентации национальных стереотипов.

Дефиниция «национальный стереотип» в современном гуманитарном знании представлена в различных теоретических аспектах: как этнический и этнокультурный стереотип, дискурс, конструкт, часть ментальности, «элемент обыденного сознания» (И. Кон), «относительно устойчивый в сознании, эмоционально окрашенный образ этнической группы или ее представителей»<sup>1</sup>, предубеждение и т. д. Не останавливаясь на содержательном аспекте национального стереотипа, поскольку в массовой культуре так или иначе востребованы все указанные выше коннотации, обратим внимание на то, что содержание национального стереотипа априори отличается двойственностью, противоречивостью, амбивалентностью.

Как всякий стереотип, он имеет негативную функцию — упрощает и схематизирует образ нации, закрепляется в культурной памяти на идеологическом и эмоциональном уровнях, что, как правило, способствует формированию субъективной оценки, ограничивает сферу общения между представителями разных культур, в том числе формирует образ врага. Безусловно, подобный негативный аспект национальных стереотипов характерен прежде всего для гетеростереотипов, моделирующих образ «другой» нации. Положительная функция национальных стереотипов производна от негативной: национальные стереотипы способствуют формированию национальной идентичности, отражают механизмы преемственности, способствуют формированию «мест» культурной памяти, являются основанием межкультурной адаптации и мотивации поведения, имеют познавательную и прагматическую составляющие — эти и другие положительные смыслы национальных стереотипов представлены в первую очередь в автостереотипах нации.

Современная массовая культура актуализирует и негативный, и позитивный аспекты национальных стереотипов, которые наиболее ярко представлены в рекламе, кинематографе и средствах массовой информации (на телевидении).

<sup>1</sup> Гурьева С. Д. Межэтнические отношения и конфликт. СПб., 2009. С. 63.

Национальные стереотипы в рекламе неоднократно становились предметом пристального изучения, поскольку рекламный продукт в его национальном дискурсе не только отражает специфику авто- и гетеростереотипов, но и имеет маркетинговую составляющую. Отметим, что национальные стереотипы в рекламе (наряду с гендерными) являются наиболее востребованными и наделены рядом функций: они апеллируют к культурной памяти, актуализируя определенные исторические эпохи и круг исторических личностей («пантеон легендарных предков»<sup>2</sup>). При этом показательным и парадоксальным является то, что национальные стереотипы, представленные в отечественной рекламе и воспринимаемые априори позитивно, практически ничем не отличаются от стереотипов, которые можно обнаружить как в рекламных роликах зарубежных производителей, адресуемых российскому зрителю, так и в рекламных текстах, обращенных к зарубежному зрителю, где отдельные черты русской ментальности скорее оцениваются негативно или иронично (концепты державной власти, старинного быта, фольклорные образы, исторические личности)<sup>3</sup>. К этому ряду необходимо добавить ставшие популярными образы и персонажи советской эпохи, вызывающие ностальгию у отечественного потребителя и более «зловещие» воспоминания — у зарубежных зрителей (образ советского солдата, красный флаг/цвет, хор Красной армии и т. д.). Парадоксально и одновременно характерно, что те позитивные маркеры, которые оказываются востребованными в национальных стереотипах отечественной массовой культуры, играют прямо противоположную роль в зарубежной рекламе. В связи с этим особенно показательны социальные ролики, в которых неожиданным образом представлены маркеры национальных стереотипов (например, ролики правозащитников “Amnesty International” 2010 г., по-новому интерпретирующие символику матрешки). Безусловно, зарубежная реклама не столь активно обращается к историческому контексту русской культуры, в силу того что он не слишком хорошо известен зарубежному зрителю, поэтому чаще всего востребованными оказываются вневременные стереотипы: матрешки, медведи, водка, олигархи, балалайки и автоматы Калашникова. Впрочем, отметим, что и отечественная реклама (за редким исключением) обращается к нешаблонным национальным стереотипам (надолго запомнившимся зрителям исключением стала серия рекламных материалов банка «Империал» режиссера Т. Бекмамбетова, ставшего одним из самых успешных в современном кинематографе).

Национальные стереотипы также представлены в современном отечественном кинематографе на уровне актуализации наиболее российских тем, которые в контексте формирования национальной идентичности можно обозначить как патриотические. Это идео-

<sup>2</sup> Николаева Е. В. Исторические символы в российском рекламном дискурсе как конструкты национальной идентичности // Семнозис и культура : сб. науч. ст. / под общ. ред. И. Е. Фадеевой. Сыктывкар, 2006. Вып. 2. С. 237.

<sup>3</sup> См.: Шарафадина К. И. Концепт национальной идентичности «русское» в современном рекламном дискурсе. URL: [http://www.lhachev.ru/pic/site/files/lihcht/2015\\_Sbornik/2015\\_Dokladi/2015\\_sec2\\_042.pdf](http://www.lhachev.ru/pic/site/files/lihcht/2015_Sbornik/2015_Dokladi/2015_sec2_042.pdf)

логизированные фильмы, которые способствуют формированию национальной идентичности, обращаясь к своего рода «сакральным», мифологизированным стереотипам, что прежде всего нашло отражение в выборе тем: Великая Отечественная война, космос и спорт. Великая Отечественная война — одно из самых знаковых событий в истории России, которое оценивается позитивно всеми поколениями россиян. Война становится элементом национальной идентификации, некой точкой отсчета. В связи с этим показательно, что тема Великой Отечественной войны — наиболее эксплуатируемая как в кинематографе на большом экране («Мы из будущего», «Мы из будущего-2», «Брестская крепость», «Сталинград», «Битва за Севастополь», «Дорога на Берлин» и др.), так и в телесериалах («Разведчицы», «Жизнь и судьба», «Ночные ласточки» и др.). Не менее популярны отечественные фильмы и сериалы о спорте («Легенда № 17», «Чемпионы», «Фетисов», телесериал «Молодежка») и космосе («Гагарин»). Отметим также, что еще одной востребованной темой, как и в рекламе, стала тема советского прошлого («Восьмидесятые», «Стиляги» «Черная молния», «Оттепель» и др.). Национальные стереотипы, данные в патриотическом ракурсе, позволяют выстроить иерархию ценностей, которые однозначно интерпретируют понятия добра и зла, предлагают маркеры советской действительности, способствуют сакрализации вариантов национальной идеи.

В зарубежном кинематографе можно выделить две тенденции обращения к национальным стереотипам. Первая — экранизация русской классики, которая, как правило, осторожно воспринимается российским зрителем, «не узнающим» себя в воспроизводимых якобы национальных стереотипах (телесериал по мотивам одноименного романа Ф. М. Достоевского «Преступление и наказание», Джулиан Джаррольд, 2002 г.; мини-сериал по мотивам одноименного романа Б. Л. Пастернака «Доктор Живаго», Джакомо Кампиотти, 2002 г.; «Анна Каренина», Джо Райт, 2012 г.). Вторая — образы русских в зарубежном кинематографе, которые вызывают, как правило, негативную реакцию российских зрителей, поскольку предлагают чаще всего столь же негативную (или неоднозначную) трактовку черт российской ментальности (наиболее показателен образ русского космонавта в фильме «Армагеддон», в котором акмулированы вышеназванные патриотические идеи: перед нами русский космонавт в майке с красной звездой и надписью «СССР»).

Особую роль в формировании и распространении национальных стереотипов играют средства массовой информации, прежде всего телевидение. Не останавливаясь на особенностях информационной войны как средства пропаганды и манипуляции, обратим внимание на то, что содержание и функции национальных стереотипов на российском телевидении практически не меняются: национальные стереотипы по-прежнему имеют познавательную составляющую, которая наиболее явно востребована в серии телепередач о культуре, обычаях, нравах, ментальности, истории разных народов («Непутевые заметки», «Вокруг света», «Их нравы», «Орел и решка» и др.); эмоциональную со-

ставляющую, которая представлена в оценках и, как правило, актуализирует именно те черты демонстрируемого национального характера, которые вызывают любопытство, удивление, неприятие, то есть наиболее яркий эмоциональный отклик; прагматическую составляющую, которая способствует формированию идеологической и политической позиции и национальной идентичности (в связи с этим наиболее показательны новостные сюжеты о Крыме и Украине, позволяющие реализовать эмоциональную и прагматическую функции национальных стереотипов, а также сюжеты о мигрантах в Германии, Франции, Турции и т. д.). Отметим, что история развития СМИ (не только в отечественной, но и в зарубежной практике) содержит яркие примеры формирования образа врага посредством актуализации национальных стереотипов, которые приобрели демонические черты: образ тоталитарного правителя, коррумпированной государственной системы, неприятия демократии, нарушения прав личности, ограничения свободы слова и т. д.

Таким образом, в обозначенной нами системе работы с национальными стереотипами «pro et contra» содержится не только попытка осмыслить роль национальных стереотипов в развитии современной культуры и решении межнациональных конфликтов, но и обозначение изначальной, «природной», амбивалентности самих национальных стереотипов.

Анализ культурных практик, динамики воплощения национальных стереотипов в изучаемых сферах позволяет выделить ряд теоретических проблем, которые происходят, казалось бы, из локальной проблемы национальных стереотипов.

Национальные стереотипы присущи не только массовому сознанию, но и индивидуальному. И если стереотипы массового сознания являются устойчивыми, консервативными, мифологизированными, практически не поддающимися изменению, существующими уже вне времени и пространства на уровне мифа, символа, знака, то индивидуальные стереотипы (стереотипы мышления) формируются стихийно, «в процессе межкультурной коммуникации, межнациональных столкновений, с помощью средств массовой коммуникации»<sup>1</sup>.

Нивелировать негативную составляющую национальных стереотипов (особенно гетеростереотипов) практически невозможно и, по-видимому, не нужно, поскольку именно национальный стереотип позволяет выстроить необходимую в культуре бинарную оппозицию «свое—чужое». В связи с этим дискуссионным является утверждение Т. Адорно, что национальный стереотип — предрассудок, предубеждение. Вместе с тем нельзя недооценивать роль национальных стереотипов, в том числе автостереотипов, поскольку их отрицание может привести к утрате основ национальной идентичности, самобытности, преемственности в культуре.

Национальные стереотипы могут способствовать консолидации нации и росту национального самосознания. Главная опасность, которая содержится в противопоставлении негативных и позитивных оценок

<sup>1</sup> Ильюшкин В. В. Роль национальных стереотипов в межнациональном взаимодействии // International scientific review. 2015. Fasc. 5 (6). URL: <http://cyberleninka.ru/>

роли и места национальных стереотипов, заключается в потере динамического равновесия, баланса “pro” и “contra”. В ситуации, когда различия между авто- и гетеростереотипами начинают доминировать и утрачивается здоровое понимание относительности стереотипов в культуре, национальный стереотип становит-

ся враждебной психологической установкой, ведущей к дискриминации и шовинизму, непреодолимым пред-  
рассудком, предубеждением, вызывающим националь-  
ную рознь и конфликты, поскольку а также очередной  
националистский миф, формирует комплекс «обижен-  
ной нации» или миф о националистской угрозе.