

УДК 008

Этнический образ в пространстве современной медиакультуры

Корючкина Полина Сергеевна

Аспирант,
Уральский федеральный университет им. первого Президента России Б.Н. Ельцина,
620002, Российская Федерация, Екатеринбург, ул. Мира, 19;
e-mail: polinasergeevna1900@mail.ru

Аннотация

В данной статье предпринимается попытка выявить особенности этнического образа в медиапространстве. Через анализ источников, посвященных проблематике данного направления, автор дает определение этнического образа, указывает на его характеристики, выявляет особенности медиакультуры, рассматривает репрезентацию этнического образа в современном медиапространстве. В статье затронута проблема толерантного отношения к представителям этноса через изучение механизмов трансляции этнических стереотипов. Также затрагивается проблема влияния средств медиакультуры в аспекте становления и трансляции этнического образа как «своего», так и «другого» народа. Автором предложена схема анализа этновизуального образа через выявление значимых черт этноса и специфических форм проявления этнической культуры. Основное внимание сосредоточено на автостереотипах, выделяются и описываются характерные особенности русского народа в пространстве аудиовизуальной культуры. В качестве исследовательской задачи была определена попытка выявить механизмы создания этнического образа в пространстве медиакультуры. Автор приходит к выводу о том, что способы трансляции этнического образа значительно расширяются с развитием экранной культуры, но в этом процессе выявлены и некоторые негативные последствия для процесса межкультурного взаимодействия и межкультурной коммуникации.

Для цитирования в научных исследованиях

Корючкина П.С. Этнический образ в пространстве современной медиакультуры // Культура и цивилизация. 2018. Том 8. № 4А. С. 57-63.

Ключевые слова

Медиакультура, медиапространство, этнос, этнический образ, этновизуальная культура, этническая толерантность, автостереотип, репрезентация.

Введение

Признаком информационной эпохи является тот факт, что пространство современной культуры трансформируется за счет глобальных медиатеchnологий. При этом медиакультура как «система информационно-коммуникационных средств, выработанных человечеством в процессе культурно-исторического развития, способствует формированию общественного сознания и социализации личности» [Кириллова, 2008, 18]. А это значит, что благодаря компьютерным каналам, социальным сетям Интернета, системе мультимедиа и другим СМК создано особое медиaprостранство, влияющее на развитие нового мышления человека. Ментальную основу культуры, в том числе медийной, составляют этнические образы, которые закрепляют представление о характерных чертах того или иного народа. Их значение – в идентификации себя с определенной этнической группой. Проблема функционирования этнических образов в пространстве медиакультуры тесно связана с вопросами формирования толерантного отношения к представителям другого этноса. Так как медиа формируют общественное мнение, появляется проблема «этнической толерантности». Глобализация затрагивает противоречивые мировые процессы: с одной стороны, границы размываются, утрачивается этническая уникальность, вместе с тем мир остается дифференцированным по культурным (языковым, конфессиональным, этническим) признакам.

Важность визуализации этнического образа в медиакультуре связана не только с его репрезентацией в глазах представителей другого народа, но и с тем, что в этом пространстве складывается «образ для себя». Вот почему все большее влияние оказывает визуальный канал восприятия, через пространство медиакультуры, в котором транслируется тот набор черт этноса, который становится актуальным прежде всего для носителей данной культуры. Каждый этнос в своем образе хочет видеть позитивные характеристики, пространство медиа позволяет их укрепить, визуализировать, представить в иной, более доступной форме. С одной стороны, это упрощает формирование и распространение образа народа, с другой – складываются его стереотипы.

Этновизуальная культура как объект изучения

Типологический метод исследования позволяет выявить характерные черты, отличающие один этнос от другого. Характерные признаки следует рассматривать в совокупности с историческим и культурным развитием, способствующим их появлению. Семиотический метод позволяет выявлять символы и знаки той или иной этнической культуры. Он помогает смоделировать образ этноса за счет определенных знаковых систем. В контексте исследования проблем этнического образа необходимо сопоставить традиционный (фольклорный) образ народа с тем, как он изменяется в пространстве медиакультуры.

Изучением проблем этнической культуры занимались многие отечественные исследователи: Ю.В. Бромлей, Г.Д. Гачев, Л.Н. Гумилев, Д.С. Лихачев, Т.Г. Стефаненко, А.Я. Флиер, С.М. Широкогоров и др.

Вопросы формирования и развития медиакультуры лежат в основе многих исследований как зарубежных (Г.М. Маклюэн, М. Кастельс, Э. Тоффлер), так и отечественных (Н.Б. Кириллова, В.П. Коломиец, Н.А. Симбирцева, А.В. Федоров, Н.Ф. Хилько, О.В. Шлыкова и др.) ученых.

Наиболее точно влияние новых медиа на культуру показал Г.М. Маклюэн. Он отметил одновременное «сужение» и «расширение» мира за счет электронных технологий, которые

воздействуют на трансформацию политического и социального пространства, что «беспрецедентно повышает осознание человеком своей ответственности» [Маклюэн, 2003, 7]. Автор использует понятие «имплозия», что означает восприятие виртуальной реальности, при котором размываются каноны и стереотипы оценки, разрушаются границы «реального» и «виртуального» миров [Имплозия, www]. Появляется зависимость человека от модели восприятия. А это значит, что медиaprостранство развивается по модели субъект-объектного взаимодействия, т. е. медиакультура управляет зрителем, но и он активно влияет на этот пласт культуры. Медиа формируют общественное мнение, повышают творческую мотивацию, способствуют установлению диалоговых отношений [Хилько, 2001, www].

Медиа среда трансформируется, как отмечает В.П. Коломиец, через внедрение коммуникационных инноваций, создание символического материала, сопровождается социокультурными практиками [Коломиец, 2010, www]. Это является наиболее важным аспектом формирования этнического образа, который отличается прежде всего наглядностью, формирует картину мира, позволяет систематизировать представления об окружающем пространстве, отделить те образы, которые не укладываются в принятое мировоззрение.

Н.А. Симбирцева называет продукт медиакультуры «полиморфным текстом», прочесть который – «значит, постичь заложенные в нем культурные смыслы, в которых содержится информационный потенциал, отражающий историческое время, образ жизни и культуру определенного общества» [Симбирцева, 2017, 23]. Она предлагает анализ продукта медиакультуры по двум векторам: горизонтальному – воспроизведение культурных смыслов внутри культуры с существованием дистанции «от первоисточника» до интерпретации в современности – и вертикальному – перемещение из одной культуры в другую через популяризацию, массовость, упрощенность.

При создании этнического образа в пространстве медиакультуры реализуются оба механизма. Образы народа в медиасредствах должны легко считываться, быть узнаваемыми, но не всегда они способны отражать образ современного представителя этноса.

Специфической характеристикой этнической культуры является воплощение в двух основных аспектах, которыми являются быт и повседневность. Основу этнической культуры составляют обряды, обычаи, промыслы, традиции [Монгуш, Зайцева, Бакшеев, 2014, www]. Ю.В. Бромлей обращает внимание на то, что этническая функция «одновременно дифференцирует и интегрирует культуру» [Бромлей, 1991, 6], т. е. на базе этнической культуры общность может объединяться и обособляться от других групп. Особенности этнической культуры могут проявляться в сфере материальной и духовной культуры. Этническая культура проявляется в таких компонентах, как язык, религия, устное народное творчество. Как «специфические этнодифференцирующие характеристики культуры эти компоненты могут выступать только в совокупности» [Бромлей, 1983, 116].

В процессе развития информационных технологий появляется такой феномен, как этновизуальная культура. Этновизуальная культура представляет собой совокупность национальных особенностей мировосприятия, заключающихся в трактовке характера человека, его внешнего облика, характера, особенностей быта, образа жизни, отраженных в аудиовизуальных текстах. Н.Ф. Хилько рассматривает аудиовизуальную культуру как «часть народной культуры, которая выражает самосознание в художественных и нехудожественных формах. Аудиовизуальная культура позволяет воспринимать этнос целостно и содержательно» [Хилько, 2001, www], т. е. данный тип культуры создает и транслирует устойчивые образы народа.

В широком смысле этнические образы являются типичными, устойчивыми, эмоционально окрашенными представлениями. Они составляют часть самосознания этноса, являются элементом его ментальности, передаются из поколения в поколение, этим обеспечивается трудность их разрушения. Этнический образ, как отмечает Н.В. Сорокина, имеет «стереотипный характер и вбирает в себя оценочные суждения о характерных чертах этноса» [Сорокина, 2013, www]. Представления о чертах другого этноса зачастую носят отрицательный характер, но можно согласиться с тем, что «стереотипы амбивалентны по своей природе, они могут вполне адекватно отражать особенности той или иной национально-культурной общности» [Там же]. Этнические стереотипы схематичны, упрощены, эмоциональны, субъективны. Выявляя негативные причины этого явления, можно отметить, что они исходят из нежелания сторон коммуникации выйти из оппозиции «свой» – «чужой». Позитивная сторона этнической стереотипизации состоит в «систематизации образов, которая позволяет осуществлять взаимодействие без агрессии. Также этот процесс является способом адаптации к социуму» [Романенко, 2017, www].

Этнические стереотипы, как утверждают А.В. Медведева и Ж.В. Пузанова, относятся к «антропостереотипам», они стоят в одном ряду с гендерными и профессиональными стереотипами и подразделяются на два типа: автостереотипы и гетеростереотипы [Пузанова, Медведева, 2013, www]. Автостереотипы – образ собственной этнической группы, состоящий из «культурно одобряемых признаков». Гетеростереотип – образ другой этнической группы, связанный с ожиданиями в отношении нее [Стефаненко, www]. Принято считать, что последние имеют более глубокую эмоциональную окраску, чаще всего негативную. Импликация, о которой говорилось выше, порождает утрату рефлексивного отношения к этническим образам, т. е. пропадает необходимость в акте коммуникации с представителем другой этнической группы, его набор характеристик дается нам в готовом, визуализированном виде. Автостереотипы состоят из трех компонентов: национальный характер, ценностные ориентации, типичные черты внешнего облика [Шимбель, Собор, www].

Этнический образ в контексте медиакультуры

Отличительной чертой этнического образа в пространстве медиакультуры является его синкретичный характер, который складывается из аудиальных и визуальных компонентов, т. е. передать особенности этноса можно через звуковой, музыкальный ряд, соотнесенный с визуальным рядом.

Эти компоненты легли в основу критериев анализа этнических автостереотипов в медиакультуре. В медиа они транслируются через визуальные образы. Для стереотипизации этноса они должны быть узнаваемы носителем культуры, подчеркивать значимые, ценностные стороны этноса. К средствам создания визуальных этнических образов в современной медиакультуре можно отнести графические изображения (картины, компьютерная графика, фотографии), кино, телевидение, сети Интернета.

В процессе анализа следует определить, какие черты, к примеру, русского характера выделяются как значимые. Современный этнический образ русского народа содержит архетипные смыслы и характеристики. Для их укрепления и объяснения используются медиасредства.

В качестве анализа текста медиакультуры, отражающего своеобразие русского народа, нами взят мультипликационный сериал «Гора самоцветов» режиссера А. Татарского, основанный на фольклоре разных народов [Гора самоцветов, www]. В нем ценность родной земли

прослеживается в рассказе о территории, сквозной является мысль о единстве народа и одновременной уникальности жителей каждого региона.

Единство с природой проявляется в особом отношении к окружающему миру, домашнему скоту. Домашние животные выступают как кормильцы, признается их ценность.

Атрибуты домашнего хозяйства передают особенности жизни этноса. В случае с визуальным текстом это изображение жилища внутри и снаружи, домашняя утварь, печь. Одежда у мужчин – рубаха, лапти, пояс, у женщин – сарафан, головной убор.

В качестве особенностей русского национального характера выступают следующие черты:

- 1) поиск и защита справедливости;
- 2) трудолюбие, при этом богатство, зажиточность, жадность подвергаются высмеиванию;
- 3) отношение к власти противоречивое: уважение к власти имущим сочетается с демонстрацией недостатков правителей. К примеру, в сказке «Умная дочка» царь не является эталоном мудрости, справедливости, беспристрастного суда. Хотя при этом показано, что простой человек относится к нему с должным почтением;
- 4) смекалка и хитрость русского человека противопоставляются глупости, наглости, попыткам подкупа. Положительный герой может быть беден или иметь средний достаток, но при этом являться носителем житейской мудрости.

Среди других положительных качеств русского народа выделяются честность, простота, доброта, отсутствие злого умысла в поступках, искренность, стремление к справедливости. Особой чертой является умение приспособиться к любым жизненным обстоятельствам.

К отрицательным чертам, представленным в обозначенном аудиовизуальном источнике, относятся созерцательность, желание обходить трудности, поиск более легкого пути, лень, необходимость встряски для активного действия, наивность. Следует отметить, что даже отрицательные черты, которые присущи русскому народу, не воспринимаются негативно, если на них обращает внимание носитель идентичной культуры. Если подобные характеристики дает представитель другого этноса, реакция будет иной.

Заключение

Таким образом, исследование показало, что этнический образ создается как компонент структуры менталитета в процессе этногенеза. Этнический образ включает в себя ряд компонентов: национальный характер, нравственные ценности, антропологические черты, особенности быта и поведения. С развитием электронных медиа (кино, телевидения, компьютерных технологий, Интернета, мультимедиа и др.) меняется способ трансляции этнического образа. Формирование автостереотипа основывается на этнодифференцирующей и интегрирующей функциях, тем самым архетипичные образы получают новую форму выражения. Негативным моментом данного процесса является утрата рефлексивного отношения к представителям своего этноса, в некоторых случаях можно заметить несоответствие представленного визуального образа психотипу того или иного народа. Важным показателем является репрезентация традиций этнической культуры в современном медиапространстве новейшими коммуникационными средствами.

Библиография

1. Бромлей Ю.В. Очерки теории этноса. М.: Наука, 1983. 405 с.
2. Бромлей Ю.В. Этнознаковые функции культуры. М.: Наука, 1991. 224 с.

3. Гора самоцветов. URL: <https://www.youtube.com/playlist?list=PLZwvWi3HaFP8-mnHq5eGK9s8yggV92G3e>
4. Имплотия. URL: https://dic.academic.ru/dic.nsf/enc_culture/1009/%D0%98%D0%BC%D0%BF%D0%BB%D0%BE%D0%B7%D0%B8%D1%8F
5. Кириллова Н.Б. Медиакultura: теория, история, практика. М.: Академический проект, 2008. 496 с.
6. Коломиец В.П. Медиасреда и медиапотребление в современном российском обществе // Социологические исследования. 2010. № 1. URL: http://ecsocman.hse.ru/data/2010/06/21/1212535539/Kolomiets_6.pdf
7. Маклюэн Г.М. Понимание медиа: внешние расширения человека. М.; Жуковский: КАНОН-пресс-Ц; Кучково поле, 2003. 464 с.
8. Монгуш М.В., Зайцева А.А., Бакшеев Е.С. «Этническая культура»: содержание и составляющие понятия // Культурологический журнал. 2014. № 2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/v/etnicheskaya-kultura-soderzhanie-i-sostavlyayushchie-ponyatiya>
9. Пузанова Ж.В., Медведева А.В. Использование психосемантических методов в изучении этнических стереотипов // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Социология. 2013. № 1. URL: https://elibrary.ru/download/elibrary_18761823_64126565.pdf
10. Романенко Н.М. Преодоление негативных этнических стереотипов в поликультурных студенческих группах на примере МГИМО // Человеческий капитал. 2017. № 5. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=29452949>
11. Симбирцева Н.А. В стране мульти-пульти, или Аспекты прочтения полиморфного текста // Коммуникационные тренды в эпоху постграмотности: полилингвизм и поликультурность. Екатеринбург: Издательство Уральского университета, 2017. С. 22-30.
12. Сорокина Н.В. Методическая типология стереотипов как компонент содержания обучения иностранным языкам в вузе // Язык и культура. 2013. № 3. URL: <http://journals.tsu.ru/uploads/import/935/files/23-120.pdf>
13. Стефаненко Т.Г. Этнические стереотипы – функции и свойства. URL: <http://psyfactor.org/lib/stereotype8.htm>
14. Хилько Н.Ф. Роль аудиовизуальной культуры в творческом самоосуществлении личности. Омск, 2001. URL: http://mediaeducation.ucoz.ru/_id/1/145__-.pdf
15. Шимбель Н.В., Собор Е.В. Автостереотипы и гетеростереотипы в межнациональных отношениях. URL: <http://netref.ru/avtostereotipi-i-geterostereotipi-v-mejnacionalenih-otnosheniy.html>

The ethnic image in modern media culture

Polina S. Koryuchkina

Postgraduate,
Ural Federal University named after the first President of Russia B.N. Yeltsin,
620002, 19 Mira st., Ekaterinburg, Russian Federation;
e-mail: polinasergeevna1900@mail.ru

Abstract

The article aims to reveal the features of the ethnic image in the media space. It gives a definition and characteristics of the ethnic image, identifies the features of media culture, considers the representation of the ethnic image in the contemporary media space through the analysis of sources devoted to the problems in this area. The author touches upon the problem of tolerant attitudes to representatives of ethnic groups through the study of mechanisms translating ethnic stereotypes. The article also deals with the problem of the influence of media culture means in terms of the formation and translation of the ethnic image of "us" and "them". The author proposes a scheme of analysis of the ethno-visual image through the identification of the significant features of an ethnic group and the specific forms of ethnic culture. The article pays special attention to autostereotypes, describes the characteristic features of the Russian people in the space of audiovisual culture and makes an attempt to identify the mechanisms of creating an ethnic image in the space of media culture. The author concludes that the methods used for translating ethnic images expand significantly with the development of screen culture, but negative consequences of the process of cross-cultural interaction and cross-cultural communication.

Polina S. Koryuchkina

For citation

Koryuchkina P.S. (2018) Etnicheskii obraz v prostranstve sovremennoi mediakul'tury [The ethnic image in modern media culture]. *Kul'tura i tsivilizatsiya* [Culture and Civilization], 8 (4A), pp. 57-63.

Keywords

Media culture, media space, ethnic group, ethnic image, ethno-visual culture, ethnic tolerance, autostereotype, representation.

References

1. Bromlei Yu.V. (1991) *Etnoznakovye funktsii kul'tury* [Ethnosymbolic functions of culture]. Moscow: Nauka Publ.
2. Bromlei Yu.V. (1983) *Ocherki teorii etnosa* [An outline of the theory of ethnicity]. Moscow: Nauka Publ.
3. Gora *samotsvetov* [The mountain of gems]. Available at: <https://www.youtube.com/playlist?list=PLZwvWi3HaFP8-mnHq5eGK9s8yqV92G3e> [Accessed 30/04/18].
4. *Imploziya* [Implosion]. Available at: https://dic.academic.ru/dic.nsf/enc_culture/1009/%D0%98%D0%BC%D0%BF%D0%BB%D0%BE%D0%B7%D0%B8%D1%8F [Accessed 30/04/18].
5. Khil'ko N.F. (2001) *Rol' audiovizual'noi kul'tury v tvorchestvom samoosushchestvlenii lichnosti* [The role of audiovisual culture in the creative self-realisation of an individual]. Omsk. Available at: http://mediaeducation.ucoz.ru/_ld/1/145__-.pdf [Accessed 30/04/18].
6. Kirillova N.B. (2008) *Mediakul'tura: teoriya, istoriya, praktika* [Media culture: theory, history, practice]. Moscow: Akademicheskii proekt Publ.
7. Kolomiets V.P. (2010) Mediasreda i mediapotreblenie v sovremennom rossiiskom obshchestve [The media environment and media consumption in modern Russian society]. *Sotsiologicheskie issledovaniya* [Sociological studies], 1. Available at: http://ecsocman.hse.ru/data/2010/06/21/1212535539/Kolomiets_6.pdf [Accessed 30/04/18].
8. McLuhan H.M. (1964) *Understanding media: the extensions of man*. McGraw Hill. (Russ. ed.: McLuhan H.M. (2003) *Ponimanie media: vneshnie rasshireniya cheloveka*. Moscow; Zhukovskiy: KANON-press-Ts Publ.; Kuchkovo pole Publ.)
9. Mongush M.V., Zaitseva A.A., Baksheev E.S. (2014) "Etnicheskaya kul'tura": sodержanie i sostavlyayushchie ponyatiya ["Ethnic culture": the content and components of the concept]. *Kul'turologicheskii zhurnal* [Journal of cultural research], 2. Available at: <https://cyberleninka.ru/article/v/etnicheskaya-kultura-soderzhanie-i-sostavlyayushchie-ponyatiya> [Accessed 30/04/18].
10. Puzanova Zh.V., Medvedeva A.V. (2013) Ispol'zovanie psikhosemanticheskikh metodov v izuchenii etnicheskikh stereotipov [The use of psychosemantic methods in the study of ethnic stereotypes]. *Vestnik Rossiiskogo universiteta druzhby narodov. Seriya: Sotsiologiya* [Bulletin of the Peoples' Friendship University of Russia. Series: Sociology], 1. Available at: https://elibrary.ru/download/elibrary_18761823_64126565.pdf [Accessed 30/04/18].
11. Romanenko N.M. (2017) Preodolenie negativnykh etnicheskikh stereotipov v polikul'turnykh studencheskikh gruppakh na primere MGIMO [Overcoming negative ethnic stereotypes in multicultural student groups: a case study of the MGIMO University]. *Chelovecheskii kapital* [Human capital], 5. Available at: <https://elibrary.ru/item.asp?id=29452949> [Accessed 30/04/18].
12. Shimbel' N.V., Sobor E.V. *Avtostereotipy i geterostereotipy v mezhnatsional'nykh otnosheniyakh* [Autostereotypes and heterostereotypes in interethnic relations]. Available at: <http://netref.ru/avtostereotipi-i-geterostereotipi-v-mejnacionalenih-otnosheniy.html> [Accessed 30/04/18].
13. Simbirtseva N.A. (2017) V cтране mul'ti-pul'ti, ili Aspekty prochteniya polimorfnoгo teksta [In the country of Multi Pulti, or Aspects of reading polymorphic texts]. In: *Kommunikatsionnye trendy v epokhu postgramotnosti: polilingvizm i polikul'turnost'* [Communication trends in the post-literacy period: multilingualism and interculturalism]. Ekaterinburg: Ural University, pp. 22-30.
14. Sorokina N.V. (2013) Metodicheskaya tipologiya stereotipov kak komponent sodержaniya obucheniya inostrannym yazykam v vuze [The methodological typology of stereotypes as a component of the content of foreign language teaching in higher education institutions]. *Yazyk i kul'tura* [Language and culture], 3. Available at: <http://journals.tsu.ru/uploads/import/935/files/23-120.pdf> [Accessed 30/04/18].
15. Stefanenko T.G. *Etnicheskije stereotipy – funktsii i svoistva* [Ethnic stereotypes – functions and properties]. Available at: <http://psyfactor.org/lib/stereotype8.htm> [Accessed 30/04/18].