

науки. Випуск 20. – К.: Ін-т держави і права імені В.М. Корецького НАН України, 2003. – С. 487-493; Бурдяк В. Особливості розвитку етнічної самосвідомості болгар у період суспільної трансформації // Питання стародавньої та середньовічної історії, археології й етнології: Збірник наукових статей. – Т. 2. Чернівці: Золоті литаври, 2000. – С. 130-142; Бурдяк В. Політична суб'єктність етнічних меншин Болгарії: уроки для країн ЦСЄ // Єврорегиони: потенціал міжетнічної гармонізації. Збірник наукових праць. – Чернівці: Букрек, 2004. – С. 216-228; Бурдяк В.І. Проблеми розвитку турецької етнічної меншини Болгарії // Питання стародавньої та середньовічної історії, археології й етнології: Збірник наукових статей. – Чернівці: Золоті литаври, 2000. – Т.1. – С. 161-174; Бурдяк В. Роль мобілізованої етнічності турків Болгарії в трансформаційних процесах сучасності // Політологічні та соціологічні студії. Збірник наукових праць. – Т. III. – Чернівці: Рута, 2005. – С. 300-308.

⁹ Прокопєць Л. Діяльність Руху за права і свободи у Народних зборах Республіки Болгарія // Політичні та соціологічні студії. Збірник наукових праць. – Т. III. – Чернівці: Рута, 2005. – С. 310.

¹⁰ Dieckhoff A. L'etat face au defi de la multinationalite / A. Dieckhoff // Romanian political science review. – 2001. – Vol. I. – № 3. – P. 778.

¹¹ Офіційний сайт Центральної виборчої комісії Румунії [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.bec.ro>; Political Transformation and the Electoral Process in Post-communist Europe [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www2.essex.ac.uk/elect/database/indexElections.asp?country=ROMANIA&election=ro90cd>

¹² Там само.

¹³ Осадца І. Роль релігійних організацій у становленні громадянського суспільства на прикладі досвіду Республіки Болгарія // Суспільно-політичні виміри релігійних процесів в Україні. Збірник наукових праць / За загальною ред. Балуха В.О. (гол. ред.), Докаша В.І., Колодного А.М., Филиповича Л.О. – Чернівці: Рута, 2008. – С. 270.

¹⁴ Національний статистичний інститут [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.nsi.bg/Census_e.htm.

¹⁵ Христианство в Болгарии [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.pravoslavie.in.ua/hr5.php>.

¹⁶ Тодор Петков. Путеводитель за духовните общности в България. – София: Литавра, 1998. – С. 123-126.

¹⁷ Андреева Р. Нация и национализм в българската история. – София: Парадигма, 1998. – С. 96.

¹⁸ Хляб, сигурност и работа за всеки (Антикризисна програма на БЗНС “Ал. Стамболийски”) // Ново време. – 1994. – № 6. – С. 100.

¹⁹ Общественото мнение в България. Годишен обзор. BBSS GALLUP International. Political & Economic Index [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.gallup-bbss.com>

²⁰ Сечков Р. Ние и другите. Ромите в България: Блатото се раздвижи // Исторически преглед. – 2000. – № 3-4. – С. 201.

²¹ Конституция на Република България. Приета от Великото народно събрание 12 юли 1991 г. – София: Нова звезда, 2002. – С. 3.

²² Осадца І.С. Місце і роль циганської спільноти в сучасному болгарському суспільстві. – Політологічні та соціологічні студії. Збірник наукових праць. – Т. III. – Чернівці: Рута, 2005. – С. 319.

²³ Четвърта Национална конференция на Движението за права и свободи. – София:, 2000. – С. 34.

²⁴ Божилов Д. Ахмед Доган удари „под кръста” [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.komentari.com/web/modules.php?name=News&file=article&sid=375>

²⁵ Как гласувахме // Капитал. – 2009. – № 27. – С. 11.

²⁶ Осадца І. Етнокультурні аспекти розвитку європейських інтеграційних процесів в Республіці Болгарія // Историко-політичні проблеми сучасного світу: Збірник наукових статей. – Чернівці: Рута, 2010. – Т. 21-22. – С. 112.

²⁷ Програмни насоки на ДСБ [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.dsb.bg/display.php?page=7>

²⁸ Осадца І. Євроінтеграційні проблеми в програмах болгарських парламентських партій // Політологічні та соціологічні студії. Збірник наукових праць. – Т. IV. – Чернівці: Ррут, 2006. – С. 150.

УДК: [323.1:316.647.8](477.85)

© *Ірина Цікул*
(*м. Чернівці*)

ОСОБЛИВОСТІ ПОШИРЕННЯ ЕТНІЧНИХ СТЕРЕОТИПІВ В УМОВАХ КУЛЬТУРНОГО РОЗМАЇТТЯ ЧЕРНІВЕЦЬКОЇ ОБЛАСТІ

У статті здійснено аналіз сутності етнічних стереотипів, їх місця, ролі та особливостей поширення в полікультурних регіонах. Функціонуючи у певному середовищі, етнічні стереотипи об'єднують людські спільноти у певну соціокультурну систему та сприяють виникненню симпатій і антипатій, що впливає на процес міжетнічної комунікації. Одним із джерел формування та поширення

етнічних стереотипів є ЗМІ, які, здатні впливати як на громадську думку, так і на зміст міжетнічних взаємин.

Ключові слова: стереотип, етнічний стереотип, стереотипізація, автостереотип, гетеростереотип, ксенофобія, толерантність.

Iryna Tsikul. Features of ethnic stereotypes in terms of cultural diversity in Chernivtsi region.

The article analyzes the essence of ethnic stereotypes, their place, role and features of spreading in multicultural regions. Ethnic stereotypes that functioning in a certain environment, united human community in a socio-cultural system and promote the emergence of likes and dislikes, which affects on the process of inter-ethnic communication. One of the sources of the formation and spreading of ethnic stereotypes are media that are able to influence both public opinion and the content of interethnic relations.

Keywords: stereotype, ethnic stereotypes, stereotyping, autostereotypes, heterostereotypes, xenophobia, tolerance.

Iryna Tsikul. Particularitățile răspândirii stereotipurilor etnice în condițiile diversității culturale în regiunea Cernăuți.

În articol este analizată esența stereotipurilor etnice, locul, rolul și caracteristicile comune a răspândirii lor în regiunile multiculturale. Funcționând într-un anumit mediu, stereotipurile etnice consolidează comunitate umană într-un sistem socio-cultural, promovează apariția unor avantaje și dezavantaje, care afectează procesul de comunicare interetnică. Una dintre sursele de formare și răspândire a stereotipurilor etnice este mass-media, care este capabilă să influențeze atât asupra opiniei publice, cât și asupra conținutului relațiilor interetnice.

Cuvinte cheie: stereotip, stereotipuri etnice, stereotipurile, autostereotip, heterostereotip, xenofobia, toleranță.

Специфіка етносів знаходить своє відображення в культурі, традиціях, свідомості та мові індивідів. Характер етнічних взаємин багато в чому зумовлюється такими компонентами самосвідомості етносу, як етнічні стереотипи. При цьому навіть в умовах міжетнічного проникнення і зближення між різними етнічними групами, стереотипи все ще виступають однією з основ вибору стратегії поведінки з представником того чи іншого етносу. Необхідність розуміння уявлень про різні етнічні групи зумовлюється необхідністю прогнозування соціальних, культурних і політичних суперечностей, що можуть виникати в полікультурних регіонах на міжетнічному ґрунті.

Етнополітична ситуація в Чернівецькій області зазнає певних змін. З одного боку, Чернівецька область характеризується досить високим рівнем етнонаціональної стабільності та традиційної культури толерантності. З іншого, у поліетнічному регіоні історично склалася складна і потенційно напружена етноконтактна ситуація, що характеризується конгломератом етнокультурних співтвористів, на основі якого формується мультикультурне середовище регіону зі зростаючими відмінностями між «нами» і «ними». Відповідно, навіть такий традиційно полікультурний регіон не захищений від збільшення кількості громадян, що сприймають, відтворюють та поширюють негативні етностереотипи. Ситуація ускладнюється також значною соціальною диференціацією та мар-

гіналізацією великих груп з середовища більшості. Метою статті є аналіз особливостей поширення етнічних стереотипів в умовах культурного розмаїття Чернівецької області.

Швидкість, з якою відбувається процес переоцінки історичних знань та подій минулого нашої держави і народу в складних умовах економічного реформування, політичної нестабільності та ідеологічного хаосу, справляє глибокий вплив на суспільну свідомість, істотно ускладнюючи процеси соціалізації, спонукаючи до пошуків найбільш стійких соціальних образів, символів, еталонів, зразків для самоотождентності. Стереотипи виступають невід'ємним елементом буденної свідомості. Вони акумулюють деякий стандартизований колективний досвід, набутий індивідом в процесі навчання і спілкування з іншими, допомагають йому орієнтуватися в житті та певним чином спрямовують його поведінку. Їх суть полягає у відображенні ставлення, настановлення даної соціальної групи до певного явища. Термін «стереотип» означає повторення, відтворення яких-небудь зразків у певній діяльності, тобто, поняття «стереотип поведінки» в застосуванні щодо етносу характеризує систему стійких звичаїв і традицій певного етносу.

Стереотипізація – один з найвизначніших соціально-психологічних механізмів, що має широкі поліфункціональні характеристики, найважливіша з яких – підтримка ідентичності особистості та групи¹. Соціальний стереотип (від гр. «*stereos*» – твердий і «*typos*» – відбиток) відносно стійкий та спрощений образ соціального об'єкта (групи людей, окремої людини, події, явища та ін.), що складається в умовах дефіциту інформації як результат узагальнення особистісного досвіду індивіда та уявлень, які прийняті в суспільстві.²

Міжетнічні стереотипи є складовою соціальних стереотипів. Як різновид стереотипів соціальних, вони мають низку специфічних особливостей, до яких належать етноцентризм, що консолідує групу й одночасно здійснює руйнівну дію на міжетнічні контакти³. Актуальність даного феномена особливо підкреслюється в сучасних умовах, коли етнічні конфлікти стали повсякденною реальністю.

Відокремлення однієї національної спільності від інших не виключає наявності контактів між ними, спільної діяльності, у результаті якої етноси отримують певну інформацію один про одного. На основі цієї інформації формуються міжетнічні стереотипи, які є усвідомленням характерних, з точки зору певного етносу, ознак інших національних спільностей. Таке усвідомлення здійснюється у формі побудови образу цієї етнічної групи. Отже, в науковій літературі поняття «стереотип» досить часто застосовується як уявлення одного етносу про інший або ж власний народ.

Стосовно міжетнічних стереотипів варто зауважити, що деякі автори обмежують їхній зміст тими уявленнями та образами, що сформувались у певної спільноти стосовно інших етнічних груп.

Такі етностереотипи вважаються найрозповсюдженішими та найбільш вивченими, у подальшому їх стали визначати як гетеростереотипи. Згодом зміст поняття «міжетнічні стереотипи» розширили, доповнивши образами та уявленнями стосовно власної етнічної групи, які отримали назву автостереотипи.

Міжетнічний стереотип – це узагальнений, емоційно-насичений образ етнічної групи або її представників, який створено історичною практикою міжетнічних стосунків. Віддзеркалюючи бажання людей зберегти етнокультурну ідентичність, міжетнічний стереотип відіграє важливу соціальну роль як фактор консолідації та фіксації етнічної групи⁴. Разом з тим дані стереотипи є відображенням конфліктуючих реалій міжособистісного спілкування представників різних національно-етнічних груп. Водночас зауважимо, що міжособистісне спілкування представників етнонаціональних меншин повинно відбуватися на основі збереження і взаємного сприйняття стереотипів етнічної поведінки.

У структурі міжетнічних стереотипів зазвичай виділяють три компоненти:

- 1) констатація особливостей етнічної групи – *когнітивний* (пізнавальний) елемент;
- 2) ставлення до цих особливостей, що зумовлює їхню оцінку – *емотивний* елемент;
- 3) формування певного типу поведінки щодо цієї етнічної групи – *конативний* (поведінковий) елемент⁵.

Етностереотипи відіграють значну роль у сприйнятті довкілля, а точніше – оточуючих людей, які належать до певного етносу, виділенні серед них «своїх» та «чужих» і виробленні відповідного ставлення до них. Однак етнічні стереотипи досить часто виникають та формуються в умовах обмеженої інформації про об'єкт і тому, відповідно, можуть бути помилковими та виконувати консервативну, а іноді й реакційну роль, формуючи хибне знання та серйозно деформуючи процес міжособистісної взаємодії.

Як правило, міжетнічне спілкування відбувається зазвичай через застосування етнічних стереотипів. Варто зауважити, що в ситуації, коли у певних народів сформувались негативні етнічні стереотипи щодо сприймання одне одного, існує загроза виникнення етнічного конфлікту. Неодноразово повторюючись, негативні етнічні стереотипи стають елементом суспільної свідомості та етнічної самосвідомості. У структурі етнічної самосвідомості особистості знаходимо цілісну систему етнічних стереотипів, що, зазвичай, несуть когнітивно-емоційне навантаження (авто- і гетеростереотипи).

Автостереотипи – це думки, судження, оцінки, що відносять до цієї спільноти її представників⁶. Виникнення автостереотипів пов'язане з розвитком етнічної самосвідомості, а саме усвідомлення належності до певної етнічної групи. Почуття спільності, що притаманне будь-якій етнічній гру-

пі, виражається формуванням певного «ми-почуття». Для етнічної групи це відчуття фіксує усвідомлення особливостей власної групи та несхожість з нею інших груп, яке й виступає механізмом виникнення автостереотипів. Оскільки автостереотипи – це судження народу про себе та оцінювання себе, то, як правило, вони складають комплекс позитивних оцінок. Кожен народ схильний змальовувати себе героїчним, мужнім, талановитим, неповторним. Особливо характерним підкреслення своєї неповторності є для невеличких етносів, що живуть поруч із багаточисельними, потужними націями. Цим невеличким етносам, або, як їх називають, нацменшинам, потрібно весь час боротись, щоб компенсувати комплекс меншовартості, який може нав'язувати багаточисельний сусід – потужна нація.

Гетеростереотипи – це сукупність оціночних суджень про інші народи⁷. Залежно від історичного досвіду взаємодії певних народів, гетеростереотипи можуть бути як позитивними, так і негативними. Гетеростереотипи віддзеркалюють минулий та існуючий, позитивний і негативний досвід взаємодії народів, особливо у тих сферах діяльності, де ці народи активно спілкувались. Наприклад, у сферах торгівлі, сільського господарства, будівництва та ін. Досвід спілкування народів, основою якого є діяльність, що спрямована на досягнення позитивного результату – чи то у торгівлі, чи у будівництві, – народжує позитивні образи іншої нації. А коли народи дізнаються один про одного воюючи, грабуючи, то, відповідно, складаються і взаємні негативні стереотипи. Як правило, гетеростереотипи виникають внаслідок обмеженості міжетнічного спілкування. Риси, що властиві одиничним відомим представникам іншої етнічної групи, розповсюджуються та розпорошуються на всю групу, таким чином у подальшому впливаючи на виникнення етнічних антипатій або етнічних симпатій. Однак, навіть у випадках нейтрального сприйняття, етностереотип означає приписування певних етнічних ознак представникам інших етнічних груп, тобто сприяє розповсюдженню «приблизних», неточних характеристик, що в складних умовах може відкрити дорогу до расизму або шовінізму.

Проблемам дослідження причин та механізмів виникнення і формування міжетнічних стереотипів останнім часом приділяється багато уваги, що пов'язано як із загостренням міжетнічних відносин, так і зі зростанням національної свідомості. Функціонуючи у певному середовищі, міжетнічні стереотипи об'єднують людські спільноти у певну соціокультурну систему. Однак у кризові моменти, консолідуючи «своїх», стереотипи тією ж мірою можуть диференціювати «чужих». За таких умов у народу розвивається зосередженість на проблемах власного етносу за рахунок утиснення прав і свобод інших етносів.

Підкреслюючи позитивну та конструктивну роль міжетнічних стереотипів у збереженні тради-

ційних рис і особливостей національної культури, не можна не відзначити негативну дію тих стереотипів, які підкріплюються зверхнім ставленням до інших етносів і, зазвичай, призводять до націоналізму в найгірших його формах. Стійкими та небезпечними можуть бути також стереотипи, що побудовані на міфах.

Сьогодні основні і безпосередні загрози стабільності у сфері міжетнічних відносин у регіоні пов'язані з ксенофобією – установками, настроями, ідеологією ненависті до чужого. В основі ксенофобії лежить соціально-психологічний механізм створення уявного образу ворога на тлі відчуттів страху і безпорадності перед чужим – всім, що є незвичним та незрозумілим. Страх відіграє ключову роль у механізмі розвитку ксенофобії, звільняючи всіх, хто до неї схильний від якої-небудь особистої і соціальної відповідальності не тільки за образ думок, але і за образ дій⁸.

Зростання ксенофобії перебиває розвиток етнічних конфліктів на власне соціально-економічній основі і багато в чому є первинним по відношенню до них. Жодна з етнічних меншин не може поки конкурувати на паритетних засадах з домінуючою більшістю. Власне зона соціальної конфліктності між представниками більшості й етнічних меншин поки не виходить за рамки окремих прибуткових сфер, конкуренція за які може, дійсно, набувати етнічного забарвлення.

Крім соціальних причин – посилення розшарування регіонального співтовариства, прояви етносоціальної конкуренції, недостатня адаптованість населення до змін, зростання злочинності (зокрема на ґрунті нелегальної міграції), загострення міжетнічних взаємин у регіоні пов'язане і з негативними аспектами міжкультурної взаємодії. Найважливішими з них, на нашу думку, є наступні: (1) збільшення культурної дистанції між представниками етнічних груп; (2) посилення негативної адаптації представників титульного етносу та інокультурних груп один до одного, основу чого складає акцентований образ чужака і ворога, боротьба з якими здатна компенсувати відчуття страху і незахищеності, консолідувати спільність «своїх». Небезпека такої адаптації проявляється в тому, що вона формує жорстко негативний тип ідентичності, що відторгає представників інших культур і конфесій; (3) зниження рівня толерантного сприйняття культурних відмінностей. На це вказує розповсюдження в масовій свідомості узагальнених псевдоетнічних образів, що почасти наділяються непривабливими, загрозливими рисами. А це вже створює умови для появи стійкої етнофобії відносно конкретних етнічних меншин.

Для того, щоб установки ксенофобії знайшли стійкий суспільний резонанс, перетворилися на усвідомлене відчуття ненависті по відношенню до конкретних інокультурних груп, негативні характеристики цих груп повинні стати соціально значущою і психологічно достовірною інформацією. Вони повинні артикулювати, отримати концепту-

альне пояснення та мотиваційну підставу, тобто стати частиною повсякденної картини світу значної частини населення. Для цього ксенофобія з явища міжособового спілкування повинна перетворитися на явище інформаційне, сформоване і поширюване в системі масових комунікацій. Глибина та тривалість дії на масову свідомість окремого слова не йде ні в яке порівняння з публічним висловом, образом, думкою, трансльованими через ЗМІ.

В силу своєї популярності ЗМІ активно беруть участь у формуванні національної (культурно-політичної) ідентичності, пропонуючи людям чіткі інформаційно-психологічні орієнтири та зразки ідентифікації «свого» співтовариства. Невід'ємними і найважливішими елементами таких орієнтацій, чинником їх дієвості (особливо в плані вибору позитивного чи негативного типу консолідації «свого» співтовариства) є образ «іншого» – ворога або можливого партнера. ЗМІ акумулюють цей образ і транслюють його на окремі регіони або всю країну. Як чинник формування культурно-політичної ідентичності ЗМІ в сучасних умовах здатні впливати не тільки на громадську думку, але і на зміст міжетнічних відносин, формуючи соціальні установки та поведінкові моделі спілкування, мову спілкування, стратегії взаємодії. Під впливом ЗМІ сприйняття етнічних і в цілому культурних відмінностей стає менш уніфікованим, більш фрагментарним й індивідуалізованим. Це означає, що на перший план в комунікативних процесах, включаючи етнічні контактні ситуації, виходять уявлення про самих себе в зіставленні з «іншим». При цьому сформована і поширена у сфері масових комунікацій думка може сприйматися як індивідуальна точка зору, особиста позиція, що відповідним чином впливає і на поведінку індивіда.

Останнім часом предметом широкого обговорення в ЗМІ є проблема толерантності. Демократично зорієнтована частина суспільства проявляє такий самий інтерес до проблем нетолерантного відношення, насамперед на етнічному ґрунті, як і до проблеми однієї з найважливіших цінностей демократії – свободи слова. У зв'язку із цим виникає основна складність: як відрізнити прояв нетерпимості, який ображає певні категорії громадян або обмежує їхні права, від простого вияву іншої / власної думки?

Сучасні ЗМІ здійснюючи багатоплановий зростаючий вплив на прояви і загальний рівень толерантності в суспільстві, одночасно, виступають могутнім чинником впливу на масову свідомість і джерелом формування різного роду стереотипів, зокрема етнічних. Завдяки зростаючим можливостям віртуального впливу на свідомість і підсвідомість масової аудиторії вони пропонують суспільству готові ціннісно-сміслові та поведінкові моделі. Дані моделі можуть консолідувати суспільство, достатньо ефективно знімати соціальну напруженість і стресові психологічні навантаження, однак можуть вони і підривати позитивну консолідацію

та психологічну стійкість соціуму шляхом створення і просування в маси стереотипних образів, розщеплювання емоцій глядачів, слухачів, читачів до рівня простих.

Характерною особливістю інформаційного ринку Чернівецької області є те, що він виключає зведення діяльності ЗМІ до пропаганди і агітації. Проте корпоративна культура діяльності на цьому ринку ще не склалася або знаходиться на початковому етапі. А це знижує загальний рівень відповідальності ЗМІ. За відсутності «зовнішньої» цензури, дефіцит у журналістів самоцензури може стати причиною драматичних етноконфліктних ситуацій. Однією з типових форм трансляції негативних етнічних стереотипів і упереджених буденних типізацій є публікації інтенцій, що містять узагальнення про риси «національного» характеру або «культурних» особливостей способу життя і поведінки представників різних етнічних груп. У ряді випадків вони служать чинником формування негативних міжетнічних установок в масовій свідомості та сприяють загостренню взаємодії етнічної більшості з представниками іноетнічних груп у межах регіону. Поряд з цим доречно зауважити, що досить поширеними у ЗМІ є й приклади позитивного сприйняття міжетнічних відносин. До найбільш позитивних матеріалів можна віднести матеріали, які формують толерантне сприйняття тієї чи іншої етнічної групи, спрямовані на подолання негативних етнічних стереотипів або містять приклади конструктивної між культурної взаємодії та співпраці.

Спільною рисою для публікацій у ЗМІ Чернівецької області можна визначити їхню орієнтованість на формування стереотипу «обмеження прав національних меншин», але в той самий час автори статей використовують недостатньо аргументів, а інколи просто відмовляються від них, що у свою чергу призводить до відсутності інтересу до цих проблем з боку громадськості. Водночас, наслідуючи страхи і фобії, що існують у масовій свідомості, журналісти мимоволі або усвідомлено етнізують ситуацію, мотивуючи етноконфесійними чинниками проблеми, що існують в соціально-економічній і політичній сферах. В результаті, в свідомості читацької аудиторії популярних ЗМІ закріплюються фобічні установки по відношенню до представників інших етнічних груп⁹.

Журналісти, висвітлюючи етнічні явища і процеси, як правило, не володіють навіть мінімальними науковими знаннями в області етнології, не говорячи вже про спеціальні галузі етносоціології, етнополітології і етнологічної демографії. Дилетантство стає причиною не тільки фактичних помилок або неправильних інтерпретацій етнічних явищ, воно часто-густо призводить до ігнорування того емоційно-психологічного впливу, який справляють ЗМІ на пересічного громадянина, не дозволяє передбачати конфліктний вплив «етнічних» публікацій на масову свідомість. Нерідкими є ситуації, коли автори відповідних публікацій і зовсім не

зацікавлені у формуванні нормальних взаємин між контактуючими етнічними співтовариствами і свідомо провокують гострі соціальні протистояння, яким додається етнічний або конфесійний відтінок.

Уникнути подібних ситуацій можна шляхом нейтралізації негативної дії ЗМІ на етноконтактну ситуацію як з боку держави, так і зі сторони громадянського суспільства. Арсенал адміністративних методів впливу на ЗМІ, здавалося б, повинен бути строго лімітований рамками вітчизняного правового простору, нормативними документами, спрямованими на оптимізацію віддзеркалення етнічності в ЗМІ. Проте, гострота проблеми і особлива небезпека конфліктогенного впливу масмедіа на етноконтактну ситуацію, у сфері управління і в експертному співтоваристві спричинили появу пропозиції надати суб'єктам управління право (легітимно не оформлене) «фільтрувати» та лімітувати потік етнічно забарвленої інформації, що транслюється ЗМІ у суспільну свідомість. Однак, ця пропозиція жодним чином не узгоджується з базовими цінностями демократичного суспільства, хоча її одночасно не можна і назвати оптимальною і з точки суспільних інтересів.

Реалізація вищезгаданої пропозиції в управлінській практиці може остаточно підірвати довіру суспільства до влади. Громадянам навряд чи сподобається ситуація, за якої чиновник (нехай навіть з найкращих переконань) на свій страх і ризик вирішуватиме, що повинні і що не повинні знати його співгромадяни. Можна бути абсолютно впевненим у тому, що сучасний арсенал технічних засобів надає безліч можливостей для пересічного громадянина ефективно чинити опір такому рішення, і, відповідно, адміністративні імпульси просто не матимуть сенсу.

В сучасних умовах перш за все важливим є створення реального і ефективного механізму попередження міжетнічних конфліктів, заснованого на моніторингу, аналізі та науковому прогнозі етносоціальних і етнополітичних процесів, створенні структур, інструментів і процедур, здатних забезпечити позитивний діалог представників різних етнічних громад між собою і з органами державної влади.

Вирішення даного завдання неможливе без всебічного вивчення впливу ЗМІ на формування установок толерантності у поліетнічному середовищі. Актуальність таких досліджень визначається необхідністю оптимізації впливу ЗМІ на соціальні процеси взагалі, і на етнічні, зокрема. На сьогоднішній день такий вплив не можна охарактеризувати як оптимальний, оскільки він часто буває негативним. Навіть у рейтингових суспільно-політичних періодичних виданнях час від часу звучать ноти стереотипних упереджень. Журналісти і редактори часто просто не звертають уваги на те, що ті або інші вислови, оцінки, манера подачі матеріалу мають відтінок етнічної нетерпимості, і не замислюються над тим, як це може вплинути на стан

міжетнічних взаємин. Для представників мас-медіа звичайною справою є екзотизація особливостей культури і поведінки представників етнічних спільностей. Відсутнє розуміння того, що все це полегшує появи негативних етнічних стереотипів.

Разом з тим оптимізація дії ЗМІ на масову свідомість у напрямі зниження рівня нетерпимості є вельми складним завданням. Модель жорсткого державного управління ЗМІ та ідеологічного контролю над інформацією відійшла у минуле, а модель правового регулювання діяльності ЗМІ на інформаційному ринку в умовах фінансової самостійності більшості друкарських видань і телеканалів тільки формується. При цьому етичні норми саморегулювання ЗМІ, зокрема в справі освітлення сюжетів, що зачіпають етнічні або релігійні відчуття та настрої громадян, не стали ще сталим кодексом професійної поведінки.

У даному контексті зауважимо, що органи влади повинні відмовитися від спокуси впливати на журналістів і ЗМІ неправовими методами. Будь-які дії, направлені на обмеження свободи слова, навіть якщо вони здійснюються від імені суспільства і, нібито, на користь суспільства шкідливі та небезпечні.

Досить суперечливими є і думки з приводу ефективності морально-етичного регулювання взаємодії етнічності та мас-медіа. Зважаючи на те, що про толерантність в ЗМІ найчастіше пишуть публіцисти-правозахисники і самі журналісти, можливості «внутрішньої» саморегуляції на основі морально-етичних кодексів часто змальовуються, на нашу думку, в надмірно рожевих тонах.

В умовах, коли масова свідомість нерозривно пов'язує страшні терористичні акти і етнічність, коли буденна думка етнічно забарвлює кримінальну ситуацію, коли гостра соціальна конкуренція інтерпретується пересічними громадянами як наслідок диференціації за етнічною ознакою, ЗМІ неминуче продаватимуть споживачам ту продукцію, яка відповідає подібним установкам і очікуванням. Можна скільки завгодно закликати до журналістської етики, але не можна при цьому забувати, що на медійному ринку існує жорстка конкуренція. Немає потреби спеціально пояснювати, що етнічні образи, створені за допомогою ЗМІ, «є суб'єктами міжетнічних відносин, що реально діють та володіють широкими можливостями змістовного й емоційного впливу на суспільні відносини». Активне використання в них міфологічних сюжетних мотивів (часто в сучасному науково-термінологічному супроводі і з використанням справжніх фактів) без критичних коментарів формує спотворене і розщеплене уявлення про об'єктивну реальність. Фактично відбувається ма-

соване неконтрольоване вторгнення в психіку людей, маніпулювання їхньою свідомістю.

Наведені думки свідчать про те, що «товарність» скандальних публікацій на етнічні теми чудово усвідомлюється в самому журналістському співтоваристві. Відповідно, повною мірою розраховувати на якісь етичні «самообмеження» журналістів і керівників мас-медіа не доводиться. Так, є журналісти, яким етична «охайність» не дозволить отримувати гонорари за тиражування стереотипних уявлень, але завжди знайдуться такі, які перетворюють власні страхи на товар. Обмежити потік етноконфліктних матеріалів у пресі, можна тільки апелюючи до закону.

Ефективний контроль над роботою ЗМІ може здійснюватися тільки за активної участі всіх інститутів громадянського суспільства. Оскільки міжетнічні стереотипи впливають на весь соціум, то й протидія їм теоретично може бути предметом особливої уваги будь-яких суспільних асоціацій, що в сукупності формують громадянське суспільство. Є всі підстави думати, що найефективніше відстежувати появу етноконфліктогенних публікацій у ЗМІ можуть і повинні численні громадські організації етнокультурного спрямування.

¹ Стефаненко Т. Этнопсихология. – М.: Институт психологии РАН, «Академический проект», 2000. – С. 248.

² Львовичкіна А. Этнопсихология: Навч. посіб. – К.: МАУП, 2002. – С. 59.

³ Гнатенко П., Павленко В. Этнические установки и этнические стереотипы / П. Гнатенко, В. Павленко. – Днепропетровск, 1995. – С. 24.

⁴ Стефаненко Т. Социальные стереотипы и межэтнические отношения // Общение и оптимизация совместной деятельности / Под ред. Г. Андреевой, Я. Яноушека. М.: Изд-во Моск. ун-та, 1987. – С.242.

⁵ Стефаненко Т. Этнопсихология. – М.: Институт психологии РАН, «Академический проект», 2000. – С. 241-243.

⁶ Львовичкіна А. Этнопсихология: Навч. посіб. – К.: МАУП, 2002. – С. 62.

⁷ Там само. – С. 63.

⁸ Стефаненко Т. Социальные стереотипы и межэтнические отношения // Общение и оптимизация совместной деятельности / Под ред. Г. Андреевой, Я. Яноушека. М.: Изд-во Моск. ун-та, 1987. – С.247.

⁹ Довідник міжетнічної толерантності / упоряд. Н.Ю. Ротар; за ред. А.М. Круглашова. – Чернівці: Видавничий дім «Букрек», 2011. – С. 126.