
МЕДИЙНЫЕ СТРАТЕГИИ И ТАКТИКИ

MEDIA STRATEGIES AND TACTICS

УДК 070.1

АЎТАСТЭРЭАТЫПЫ Ў ДРУКАВАНЫХ МЕДЫЯ БЕЛАРУСІ

М. А. ГРУЗДЗЕВА^{1*}

^{1*}Беларускі дзяржаўны ўніверсітэт, пр. Незалежнасці, 4, 220030, г. Мінск, Беларусь

Вывучаецца ўплыў друкаваных сродкаў масавай інфармацыі Беларусі на фарміраванне аўтастэрэатыпаў. Вылучаюцца асноўныя прыметы і функцыі этнастэрэатыпаў, размяжоўваюцца два іх віды: аўтастэрэатыпы і гетэрастэрэатыпы. Аўтар акцэнтна ўвагу на аўтастэрэатыпах, якія замацоўваюць пэўныя ўстаноўкі ў этнічнай самасвядомасці і фарміруюць вобраз этнічнай супольнасці для іншых. Падчас дыскурснага аналізу тэкстаў друкаваных медыя выяўляюцца аўтастэрэатыпы, якія рэгулярна трансліруюцца ў беларускіх СМІ. На аснове вынікаў даследавання зроблена выснова пра камунікатыўныя рызыкі пры вербалізацыі аўтастэрэатыпаў у медыя.

Ключавыя словы: этнічная самасвядомасць; этнастэрэатып; аўтастэрэатып; сродкі масавай інфармацыі; друкаваныя медыя; камунікатыўныя рызыкі.

АВТОСТЕРЕОТИПЫ В ПЕЧАТНЫХ МЕДИА БЕЛАРУСИ

М. А. ГРУЗДЕВА¹⁾

¹⁾Белорусский государственный университет, пр. Независимости, 4, 220030, г. Минск, Беларусь

Изучается влияние печатных средств массовой информации Беларуси на формирование автостереотипов. Выделяются основные признаки и функции этностереотипов, разграничиваются два их вида: автостереотипы и гетеростереотипы. Автор акцентирует внимание на автостереотипах, которые закрепляют определенные установки в этническом самосознании и формируют образ этнической общности для других. Во время дискурсного анализа текстов печатных медиа выявляются автостереотипы, которые регулярно транслируются в белорусских СМИ. На основе результатов исследования сделан вывод о коммуникативных угрозах при вербализации автостереотипов в медиа.

Ключевые слова: этническое самосознание; этностереотип; автостереотип; средства массовой информации; печатные медиа; коммуникативные риски.

Образец цитирования:

Груздьева МА. Аўтастэрэатыпы ў друкаваных медыя Беларусі. *Журнал Беларускаго дзяржаўнага ўніверсітэта. Журналістыка*. 2021;2:28–33.

For citation:

Gruzdeva MA. Autostereotypes in print media of Belarus. *Journal of the Belarusian State University. Journalism*. 2021; 2:28–33. Belarusian.

Авторы:

Мария Александровна Груздьева – аспирант факультета журналистики. Научный руководитель – доктор филологических наук, профессор В. И. Ивченко.

Authors:

Maria A. Gruzdeva, postgraduate student at the faculty of journalism.
mgruzdeva312@gmail.com

AUTOSTEREOTYPES IN PRINT MEDIA OF BELARUS

M. A. GRUZDEVA^a^aBelarusian State University, 4 Niezaliežnasci Avenue, Minsk 220030, Belarus

The article is devoted to the influence of the printed media of Belarus on the shaping of autostereotypes. The main features and functions of ethnostereotypes are identified, and two types of ethnic stereotypes – autostereotypes and heterostereotypes – are delineated. The author focuses on autostereotypes, which perpetuate certain attitudes in the ethnic identity and shape the image of the ethnic community for others. A discourse analysis of print media texts reveals autostereotypes regularly broadcast in the Belarusian media. Based on the results of the study, conclusion about communicative threats in the verbalisation of autostereotypes in the media is made.

Keywords: ethnic identity; ethnostereotype; autostereotype; media; print media; communicative risks.

Уводзіны

Стэрэатыпы даўно сталі прадметам вывучэння шматлікіх гуманітарных даследаванняў. Як адзначаюць Г. І. Басава і В. М. Жызнеўская, «вывучэнне стэрэатыпаў мае міждысцыплінарны характар. Феномен стэрэатыпа апісваецца ў такіх галінах ведаў, як філасофія, сацыялогія, псіхалогія, кагніталогія, этнаграфія, міжкультурная камунікацыя, лінгвістыка і інш.» [1, с. 130]. Даследчыкі часта звяртаюць

ца да тэмы ўплыву стэрэатыпаў на свядомасць людзей, аднак пытанне пра ролю медыя ў замацаванні стандартных уяўленняў пра рэчаіснасць вывучана недастаткова. Для атрымання найбольш рэпрэзентатыўных вынікаў у межах дадзенага артыкула вывучаецца ўплыў СМІ на фарміраванне аўтастэрэатыпаў беларусаў – уяўленняў членаў гэтай этнічнай групы пра саміх сябе.

Тэарэтычныя асновы

Праз СМІ адбываецца вербальная арганізацыя і ўкараненне ў ментальную свядомасць этнічных стэрэатыпаў. Паводле слоўніка В. Ю. Міхальчанкі, этнічны стэрэатып – гэта «схематычны стандартызаваны вобраз ці ўяўленне аб прадстаўніках таго ці іншага этнасу, звычайна эмацыянальна афарбаваныя»¹ [2, с. 247].

Этнічныя стэрэатыпы акумуляруюць у сабе ўстойлівыя думкі пра разумовыя, фізічныя, маральныя характарыстыкі прадстаўнікоў пэўнай этнічнай супольнасці. Варта адзначыць, што для стэрэатыпаў характэрны спрашчэнне і схематызацыя. Гэта галоўныя механізмы, якія фарміруюць стандартызаваныя вобразы. Падчас спрашчэння і схематызацыі ўяўленняў вылучаюцца простыя асноватворныя прыметы і ўласцівасці (этнічныя стэрэатыпы). Аднак нярэдка сустракаюцца выпадкі, калі ў выніку дзеяння механізма руху ад складанага да простага ўзнікаюць кагнітыўныя скажэнні: этнічны стэрэатып адлюстроўвае «спрошчаныя (часам аднабаковыя ці недакладныя, скажоныя) веды пра псіхалагічныя асаблівасці і паводзіны прадстаўнікоў пэўнага народа» [3, с. 133].

Акрамя такіх прымет, як *спрошчанасць* і *схематычнасць*, важнымі для разумення існасці этнастэрэатыпаў з'яўляюцца іх *ацэначнасць* і *суб'ектыўнасць*. У працэсе сацыялізацыі чалавек засвойвае ментальны досвед этнасу, у тым ліку і сістэму этнічных

стэрэатыпаў. Л. В. Уладзімірава звяжае на тое, што этнічныя стэрэатыпы – форма праяўлення нацыянальнага характару, яны ўплываюць на сімпатыі або антыпатыі чалавека і тым самым вызначаюць яго паводзіны ў розных камунікатыўных сітуацыях [4, с. 71]. Этнастэрэатыпы заўсёды ацэначныя, яны ўключаюць і станоўчую, і адмоўную ацэнку супольнасцю пэўнай з'явы. Найчасцей ацэнка, закладзеная ў стандартызаваным вобразе, успрымаецца як праўдзівая, хоць аб'ектыўна ступень яе адпаведнасці рэчаіснасці даволі нізкая. Менавіта таму можна казаць пра суб'ектыўнасць і ацэначнасць этнічных стэрэатыпаў.

Варта вылучыць і такую характарыстыку этнастэрэатыпаў, як *адносная стахастычнасць*, ці *гістарычная зменлівасць*. Стандартызаваны вобраз складаецца з ядра (уяўленняў пра этнас, якія склаліся гістарычна) і перыферыі (зменлівых думак пра гэтую ж з'яву). Ядро этнічнага стэрэатыпа фарміравалася стагоддзямі і даволі трывала замацавалася ў свядомасці прадстаўнікоў пэўнага этнасу, перыферыя ж «фарміруецца стыхійна падчас міжкультурнай камунікацыі, этнічных сутыкненняў, з дапамогай сродкаў масавай камунікацыі» [5, с. 57]. Зразумела, што працэсы глабалізацыі выклікаюць змены ў структуры этнастэрэатыпа і некаторыя кампаненты перыферыі пераходзяць у ядро, трансфармуючы яго.

¹ Тут і далей пераклад наш. – М. Г.



Сукупнасць пералічаных прымет дазваляе разглядаць этнастэрэатып як спрошчанае схематычнае ўяўленне аб прадстаўніках этнасу, якое характарызуецца ацэнчнасцю, суб'ектыўнасцю і гістарычнай зменлівасцю.

Этнічны стэрэатып як механізм сацыяльнага ўзаемадзеяння выконвае розныя функцыі. Да асноўных з іх адносім пазнавальную, камунікатыўную, інтэгратыўную. Пазнавальная функцыя этнастэрэатыпа прадугледжвае фарміраванне ў чалавека на аснове атрыманай інфармацыі ўяўленняў пра этнас, свае адносіны да яго і ўзаемасувязі з ім. Гэта значыць, у свядомасці прадстаўніка этнічнай супольнасці ствараецца вобраз свету. Разуменне дыхатаміі *свой – чужы* ў этнічнай групе грунтуецца на камунікатыўнай функцыі этнастэрэатыпаў. Уяўленні пра меркаваныя ці праўдзівыя характарыстыкі свайго ці чужога этнасу дазваляюць дыферэнцыраваць і рэгуляваць камунікацыю як у этнічнай групе, так і за яе межамі. З дапамогай гэтай функцыі можна «прадбачыць розныя формы паводзін партнёраў па камунікацыі» і сфарміраваць «асновы ўласных паводзін у адносінах да суразмоўцаў і партнёраў» [6, с. 390]. Этнічныя стэрэатыпы служаць сродкам акумуляцыі культурна-гістарычнага досведу і сістэмы каштоўнасцей этнасу, выпрацоўкі стандартаў, мадэлей і эталонаў паводзін этнічнай супольнасці, тым самым выконваючы інтэгратыўную функцыю. Гэтая ж функцыя прадугледжвае захаванне звычаяў і традыцый, этнічнай ідэнтычнасці групы.

Улічваючы названыя вышэй уласцівасці і функцыі этнічных стэрэатыпаў можна вылучыць два іх асноўныя віды: аўтастэрэатыпы і гетэрастэрэатыпы. Аўтастэрэатыпы – сукупнасць уяўленняў пэўнай этнічнай групы пра свае ўласныя характарыстыкі і якасці. Гетэрастэрэатыпы складаюцца з ацэнак, меркаванняў і думак этнічнай супольнасці пра прадстаўнікоў іншых этнасаў. Гэта не два асобныя віды этнічных стэрэатыпаў, аўтастэрэатыпы і гетэрастэрэатыпы ўзаемазвязаны, яны з'яўляюцца прадуктамі этнічнай самасвядомасці. Адрозненні гэтых двух відаў этнастэрэатыпаў заключаюцца

ў тым, што, па-першае, аўтастэрэатыпы больш разнастайныя, паколькі ў этнічнай супольнасці ёсць вельмі шмат інфармацыі пра ўласны этнас і гэта стварае вялікую колькасць магчымасцей і шляхоў для фарміравання стэрэатыпаў. Па-другое, аўтастэрэатыпы значна часцей, чым гетэрастэрэатыпы, характарызуюць этнас станюўча. Гэта звязана з тым, што аснову аўтастэрэатыпа складаюць характарыстыкі, якія ўхваляюцца этнічнай групай, а гетэрастэрэатыпы даволі часта акцэнтуюць увагу на адмоўных якасцях прадстаўнікоў іншай этнічнай групы.

У межах даследавання для нас уяўляюць цікавасць аўтастэрэатыпы беларусаў, таму што яны служаць асновай не толькі для замацавання пэўных устаноў у этнічнай самасвядомасці, але і для фарміравання вобраза этнічнай супольнасці ў іншых. Адзначым, што, хоць аўтастэрэатыпы і суб'ектыўныя (характэрызуюцца недакладнасцю, непастаяннасцю, несупадзеннем з рэальным вобразам народа), іх нельга назваць абсалютна неадпаведнымі пэўнай этнічнай групе. Гэта звязана з тым, што аўтастэрэатыпы аказваюць істотны ўплыў на паводзіны, склад думак прадстаўніка этнасу, пэўным чынам падстройваючы іх пад змест, які выражае стэрэатып.

Аўтастэрэатыпы фарміруюцца падчас развіцця этнасу з дапамогай літаратуры, фальклору і СМІ. Роля медыя ў гэтым працэсе шмат у чым вырашальная. Менавіта праз іх адбываецца фарміраванне і паступовае замацаванне ў групавой свядомасці ўяўленняў пра характарыстыкі этнічнай супольнасці, што ў выніку спараджае ў кожнага асобнага прадстаўніка этнасу падсвядомае жаданне адпавядаць этнічнаму вобразу. Як удала заўважае В. І. Іўчанкаў, магутны ўплыў публіцыстычнага тэксту на аўдыторыю «часам можа перарастаць у маніпуляцыю грамадскай свядомасцю (інфармацыйная атака прымушае рэцыпіента думаць, жыць стэрэатыпамі)» [7, с. 92]. Таму функцыянаванне аўтастэрэатыпаў беларусаў варта разглядаць на прыкладзе матэрыялаў са СМІ.

Матэрыялы і метады даследавання

Аўтастэрэатыпы разглядаюцца ў артыкуле на прыкладзе друкаваных медыя Беларусі. Выбарка газет ажыццяўлялася на аснове іх чытальнасці і папулярнасці ў беларускім медыядыскурсе. Перыяд правядзення аналізу – з 1 студзеня па 31 снежня 2020 г. На першым этапе маніторынгу былі выяўлены больш за 200 публікацый з актуалізацыяй беларускіх аўтастэрэатыпаў. Гэта дазволіла высветліць, што этнастэрэатыпы вербалізуюцца ў мове медыя з дапамогай ацэнчных сем, найчасцей выражаных прыметнікамі ці назоўнікамі. На другім этапе маніторынгу з вызначанага аб'ёму тэкстаў было вы-

брана 50 адзінак, якія рэпрэзентуюць паданалізныя аўтастэрэатыпы беларусаў менавіта ў форме прыметнікаў або назоўнікаў. Фрагменты некаторых з абраных матэрыялаў будуць выкарыстоўвацца ў якасці прыкладаў для рэпрэзентацыі вынікаў даследавання.

На аснове дыскурснага аналізу матэрыялаў друкаваных медыя былі вылучаны восем аўтастэрэатыпаў, якія рэгулярна трансліруюцца ў беларускіх СМІ: мірныя, талерантныя, гасцінныя, сціплыя, спакойныя, працавітыя, патрыятычныя, памяркоўныя.



Вынікі даследавання і іх абмеркаванне

Аўтастэрэатып **мірныя беларусы** рэалізуецца ў друкаваных СМІ ў семах 'мір', 'спакой', 'неканфліктнасць', 'стрыманасць', 'стабільнасць'. Гэты стэрэатып мае станоўчую ацэнку, і даволі часта пры яго выкарыстанні беларусы выступаюць у тэкставым фрагменце ў якасці аб'екта (гэта значыць, што не самі прадстаўнікі этнічнай супольнасці гэтым чынам характарызуюць сябе, а так іх ацэньваюць): *Белорусы, мирный и сдержанный народ, который не приемлет насилия и должен решать все вопросы, выражая личное мнение только законным путем* (СБ. Беларусь сегодня. 2020. 30 жн.); *И каждый новый поколеніи беларусаў мы будзем гадаваць, перадаючы ім памяць... пра боль, які зрабіў наш народ мацнейшым, навучыў, як ніякія іншыя народы, берагчы мір, спакой* (Звязда. 2020. 27 ліп.).

Талерантнасць – шматгранны тэрмін, пад якім разумеецца цярпімасць да іншага светапогляду, ладу жыцця і інш. Вербалізацыі аўтастэрэатыпа **талерантныя беларусы** ў медыя апісвае нацыянальную ці рэлігійную талерантнасць (цярпімасць да прадстаўнікоў іншых этнічных і рэлігійных супольнасцяў). Рэпрэзентацыі іншых відаў талерантнасці (палітычнай, гендарнай, расавай) у медыя тэкстах за абраны перыяд выяўлена не было. Гэты этнастэрэатып пададзены ў СМІ семамі 'талерантнасць', 'цярпімасць', 'добрасуседства', 'дабрыня', 'паважлівасць', 'цярпенне' і характарызуе беларусаў са станоўчага боку: *Таму, безумоўна, мы будзем працягваць сумесную работу і не толькі расказваць пра тое, які мы, беларусы, талерантны, добры і шчыры народ, але і паказваць вытокі гераізму беларусаў...* (Звязда. 2020. 6 лют.); *Это [белорусский образ жизни] спокойное уважительное отношение к чужой профессиональной или языковой практике с четким пониманием того, что никто из этих людей, равно как и я сам, не имеет права на уничтожение этой традиции в целом* (СБ. Беларусь сегодня. 2020. 20 чэрв.).

Традыцыйна адной з характарыстык беларускага менталітэту лічыцца гасціннасць. Аўтастэрэатып **гасцінныя беларусы**, як і папярэдні з падааналізных, звязаны са стаўленнем да чужога (прадстаўніка іншай этнічнай супольнасці або рэлігіі, гасця). Гэта станоўча-ацэначны стэрэатып. Ён вербалізуецца ў медыя з дапамогай сем 'гасціннасць', 'ветлівасць', 'цёплы прыём', 'ветлівы прыём', 'хлебасольства': *А теплый прием белорусов нашел отклик в сердцах украинских артистов, выходивших на сцену Летнего амфитеатра* (СБ. Беларусь сегодня. 2020. 24 ліп.); *Думаю, дело не только в природной дружелюбности и толерантности белорусов, нашей гостеприимности, но и в политике, проводимой государством и его исполнительными органами на местах...* (Сельская газета. 2020. 8 кастр.).

Праз вербалізацыю аўтастэрэатыпа **сціплыя беларусы** журналісты пазіцыянуюць прадстаўніка эт-

насу як чалавека, які здавальняецца малым. Гэта адзіны з разгледжаных аўтастэрэатыпаў, што выкарыстоўваецца галоўным чынам з негатыўнай канатацыяй. У медыя крытыкуецца жаданне беларусаў не прыцягваць да сябе ўвагу сусветнай грамадскасці, заставацца ў цені. Гэта значыць, паняцце «сціпласць» у дачыненні да этнічнай супольнасці ў газетах прымяняецца толькі ў значэнні 'нацыянальная сціпласць, непрадстаўленне інтарэсаў і дасягненняў краіны на міжнароднай арэне'. Гэты стэрэатып пададзены ў СМІ семамі 'сціпласць', 'сарамлівасць', 'баязлівасць', 'нясмеласць', 'асцярожнасць', 'абачлівасць', 'непатрабавальнасць', 'непераборлівасць', 'стрыманасць': *Присущая нам [белорусам] осмотрительность не должна становиться причиной личной безынициативности и боязни принятия ответственных решений* (СБ. Беларусь сегодня. 2020. 30 чэрв.); *Он также добавил, что у белорусов рядом со скромностью соседствует стеснение – мы не можем показать то, что мы создали и умеем* (СБ. Беларусь сегодня. 2020. 23 ліп.). Адзначым таксама, што падааналізны аўтастэрэатып у значэнні 'непрадстаўленне інтарэсаў Беларусі на міжнароднай арэне' часта апраўдваецца ў СМІ сцверджаннем аб цвярозай ацэнцы беларусамі сваіх дасягненняў у адрозненне ад прадстаўнікоў іншых этнасаў: *К тому же мы, белорусы, народ скромный. Мы не можем, как другие, сделать на копейку, а кричать на рубль* (СБ. Беларусь сегодня. 2020. 5 мая).

Звязаны па сэнсе з разгледжанымі вышэй стэрэатыпамі аўтастэрэатып **спакойныя беларусы**. Ён характарызуе прадстаўнікоў этнасу з іншага боку. Спакой у айчынных медыя трактуецца як ураўнаважанасць і жаданне жыць ціха і неканфліктна. Гэты аўтастэрэатып актуалізуецца ў друкаваных СМІ са станоўчай ацэнкай і рэалізуецца ў семах 'спакой', 'разважлівасць', 'разважнасць', 'ураўнаважанасць', 'неканфліктнасць', 'ціхасць', 'стрыманасць', 'талерантнасць': *Мы талерантны і спакойны народ, заўсёды ўмеем выслухоўваць меркаванні іншых* (Звязда. 2020. 14 жн.); *Даже далекие от политики люди пытаются разобраться, как случилось, что среди нас, белорусов, традиционно спокойных, рассудительных и здравомыслящих, возникли вдруг противоречия и недопонимание* (Рэспубліка. 2020. 3 снеж.).

Яшчэ адзін аўтастэрэатып, які ўжываецца ў беларускіх газетах толькі са станоўчай ацэнкай, – **працавітыя беларусы**. СМІ акцэнтуюць увагу на добрых адносінах прадстаўнікоў этнічнай супольнасці да працоўнай дзейнасці, іх імкненні старанна і шмат працаваць. Вербалізуецца гэты стэрэатып праз семы 'працавітасць', 'стараннасць', 'руплівасць', 'актыўнасць', 'прадпрымальнасць': *Ну а то, что белорусы трудолюбивые, талантливые, любят свою землю и свою страну, давно всем известно* (СБ. Беларусь сегодня. 2020. 3 снеж.); *Низкий уровень безработицы –*



это не только заслуга государства, но и результат того, что у белорусов в генах – постоянно трудиться. Белорусы трудолюбивые и трудостойкие (СБ. Беларусь сегодня. 2020. 16 снеж.).

Асновай і найважнейшым элементам ідэалогіі дзяржавы з'яўляецца патрыятызм. Менавіта таму станоўча-ацэначны аўтастэрэатып **патрыятычныя беларусы** актыўна выкарыстоўваецца ў друкаваных СМІ. Паняцце «патрыятызм» у медыя мае значэнне 'любоў да Радзімы, гатоўнасць ахвяраваць дзеля яе сабой або сваімі інтарэсамі, жаданне зрабіць усё для яе росквіту і развіцця'. Рэалізуецца гэты стэрэатып з дапамогай сем 'патрыятызм', 'патрыятычнасць', 'патрыёт', 'любоў да Радзімы (сваёй краіны, зямлі, Беларусі)', 'павага да Радзімы (сваёй краіны, зямлі, Беларусі)', 'гонар за Радзіму (сваю краіну, зямлю, Беларусь)', 'адданасць Радзіме (сваёй краіне, зямлі, Беларусі)': *Але быць беларусам – гэта ў першую чаргу наважаць гісторыю і культуру і мець жаданне зрабіць усё магчымае для таго, каб краіна квітнела* (Звязда. 2020. 25 ліп.); *Мы убеділіся, што нашы граждане в абсолютном большинстве любят свою землю, желают ей мира, спокойствия и процветания* (СБ. Беларусь сегодня. 2020. 23 верас.).

Лінгваспецыфічнае слова «памяркоўнасць», што існуе ў беларускай мове, не мае дакладных аналагаў у іншых мовах і характарызуе якасць беларусаў, звязаную з менталітэтам этнасу. **Памяркоўнасць** выяўляецца ў высокай адаптыўнасці прадстаўнікоў этнічнай супольнасці да ўмоў жыцця. Аўтастэрэатып **памяркоўныя беларусы** звязаны па значэнні з іншымі прааналізаванымі стэрэатыпнымі адзінкамі, аднак ужываецца ў якасці самастойнага неперакладальнага слова і вербалізуецца ў медыя такімі семамі, як 'памяркоўнасць', 'цяропнасць', 'мернасць', 'разважлівасць', 'удумлівасць', 'асцярожнасць', 'адаптыўнасць', 'заворлівасць', 'пакорлівасць', 'падатлівасць', 'згодлівасць', 'спагадлівасць', 'умеранасць'. У газетах гэты аўтастэрэатып выкарыстоўваецца пераважна са станоўчай ацэнкай: *Гэта кажа аб тым, што беларускі лад жыцця, заснаваны на працавітасці, талерантнасці, разважлівасці, «памяркоўнасці», міралюбнасці і справядлівасці, з'яўляецца залогам устойлівага развіцця нацыі* (Звязда. 2020. 14 ліп.); *Мы часто повторяем слово «памяркоўнасць», не всегда задумываясь о его значении. А ведь оно имеет глубокий смысл, подразумевая в том числе и умение договариваться* (СБ. Беларусь сегодня. 2020. 4 снеж.).

Заклучэнне

Падчас аналізу васьмі аўтастэрэатыпаў, што рэгулярна трансліруюцца ў беларускіх друкаваных медыя, выяўлена тэндэнцыя да меліяратыўнай (станоўчай) рэпрэзентацыі. Толькі адзін з разгледжаных аўтастэрэатыпаў (*сціплыя беларусы*) характарызуе медыявобраз беларусаў пэярэтыўна. Тэндэнцыя да перавагі станоўча-ацэначных аўтастэрэатыпаў над адмоўна-ацэначнымі абумоўлена тым, што аўтастэрэатыпы фарміруюцца падчас некрытычнага ўспрымання характару, дзеянняў, ладу жыцця прадстаўнікоў этнічнай супольнасці. Медыявобраз, які ствараецца на аснове аўтастэрэатыпаў, ідэалізаваны, у ім пераважаюць станоўчыя якасці, адмоўныя ж часта апраўдваюцца.

Такая тэндэнцыя характэрна не толькі для беларускіх аўтастэрэатыпаў, яе можна лічыць уласцівай для аўтастэрэатыпаў кожнага этнасу. Праз культы-

ваванне станоўча-ацэначных стэрэатыпных адзінак у медыя фарміруецца добры імідж як ўнутры этнасу, так і за яго межамі, у сусветнай супольнасці.

Аднак варта адзначыць, што ў выніку актыўнага выкарыстання ў тэкстах станоўча-ацэначных аўтастэрэатыпаў можа з'явіцца камунікатыўная рызыка, якая выяўляецца ў тым, што пры пэўных умовах ідэалізаваўнае ўласнае этнасу можа стаць асновай для фарміравання завышанай этнічнай самаацэнкі і стварыць перадумовы для ўзнікнення міжнацыянальных канфліктаў. Для нівеліравання гэтай пагрозы пры вербалізацыі аўтастэрэатыпаў у СМІ трэба ўключаць у тэксты як станоўча-ацэначныя, так і негатыўна-ацэначныя адзінкі з захаваннем першых (без поўнага ігнаравання аўтастэрэатыпаў, якія не ўпісваюцца ў эталонны медыявобраз).

Бібліяграфічныя спасылкі

1. Басова АИ, Жизневская ОН. Стереотипы и их значение при изучении межкультурной коммуникации в гуманитарном образовании. В: Полетаева ОА, Горлатов АМ, Романовская АА, Иватович ВТ, Божкова ЕА, редакторы. *Язык и динамическая картина мира: материалы Международной научной конференции; 3–4 апреля 2014 г.; Минск, Беларусь*. Минск: МГЛУ; 2015. с. 130–135.
2. Михальченко ВЮ, редактор. *Словарь социолингвистических терминов*. Москва: РАН; 2006. 312 с.
3. Крысько ВГ. *Этническая психология*. Москва: Академия; 2008. 320 с.
4. Владимиров ЛВ. Национальные автостереотипы русских и их отражение в языке современного периода. В: Андрамонова НА, редактор. *Русская и сопоставительная филология: лингвокультурологический аспект*. Казань: Казанский федеральный университет; 2004. с. 71–76.
5. Гладких СВ. Этнические стереотипы и проблемы межкультурного общения. В: Шаповалов ВА, редактор. *Этнические проблемы современности. Выпуск 5*. Ставрополь: Ставропольский государственный университет; 1999. с. 57–65.



6. Чакалова ЭП. Национальная специфика языковой картины мира. В: Абрамов ВП, редактор. *Актуальные проблемы современного языкознания и литературоведения: материалы 4-й межвузовской конференции молодых ученых; 29 апреля 2005 г.; Краснодар, Россия*. Краснодар: КубГУ; 2005. с. 390–396.

7. Ивченков ВИ. Язык средств массовой информации: тенденции и закономерности развития. *Культура народов Причерноморья*. 2007;101:90–93.

References

1. Basova AI, Zhiznevskaya ON. [Stereotypes and their meaning in the study of intercultural communication in humanities education]. In: Poletaeva OA, Gorlatov AM, Romanovskaya AA, Ivatovich VT, Bozhkova EA, editors. *Yazyk i dinamicheskaya kartina mira: materialy Mezhdunarodnoi nauchnoi konferentsii; 3–4 aprelya 2014 g., Minsk, Belarus'* [Language and dynamic picture of the world: proceedings of the International scientific conference; 2014 April 3–4; Minsk, Belarus]. Minsk: Minsk State Linguistic University; 2015. p. 130–135. Russian.

2. Mikhal'chenko VYu, editor. *Slovar' sotsiolingvisticheskikh terminov* [Dictionary of sociolinguistic terms]. Moscow: Russian Academy of Sciences; 2006. 312 p. Russian.

3. Krys'ko VG. *Etnicheskaya psikhologiya* [Ethnic psychology]. Moscow: Academiya; 2008. 320 p. Russian.

4. Vladimirova LV. [National autostereotypes of Russians and their reflection in the language of the modern period]. In: Andramonova NA, editor. *Russkaya i sopostavitel'naya filologiya: lingvokul'turologicheskii aspekt* [Russian and comparative philology: linguocultural aspect]. Kazan: Kazan Federal University; 2004. p. 71–76. Russian.

5. Gladkikh SV. [Ethnic stereotypes and the problems of intercultural communication]. In: Shapovalov VN, editor. *Etnicheskie problemy sovremennosti. Vypusk 5* [Ethnic problems of modernity. Issue 5]. Stavropol: Stavropol State University; 1999. p. 57–65. Russian.

6. Chakalova EP. [National specificity of the language picture of the world]. In: Abramov VP, editor. *Aktual'nye problemy sovremennogo yazykoznaniiya i literaturovedeniya: materialy 4-i mezhvuzovskoi konferentsii molodykh uchenykh; 29 aprelya 2005 g.; Krasnodar, Rossiya* [Actual problems of modern linguistics and literary studies: materials of the 4th interuniversity conference of young scientists; 2005 April 29; Krasnodar, Russia]. Krasnodar: Kuban State University; 2005. p. 390–396. Russian.

7. Ivchenkov VI. [Language of media: trends and regularities of development]. *Kul'tura narodov Prichernomor'ya*. 2007; 101:90–93. Russian.

Артыкул пастуніў ў рэдкалегію 22.01.2021.
Received by editorial board 22.01.2021.