



МРНТИ 19.01.29

Д.С. Ахметова

Казахский национальный университет им. аль-Фараби, Алматы, Казахстан
*Автор для корреспонденции: l.s.akhmetova@gmail.com

Анализ социальных стереотипов, формируемых у жителей стран Большого Алтая и Центральной Азии публикациями СМИ по тюркской тематике¹

Аннотация. *Задачей данного исследования являются обозначение и выявление актуальных на сегодняшний день стереотипов, сформированных и продолжающих свое развитие при помощи сообщений средств массовой информации, а также на основании полученных результатов, определение и интерпретация данных стереотипов, обозначение возможных методов борьбы с их возникновением и распространением. Актуальность работы обусловлена современной культурной, медийной и геополитической ситуацией, действующими информационными войнами и низким уровнем медиаграмотности потребителей русскоязычного контента и, как следствие, легким восприятием навязываемых стереотипов как искаженных и упрощенных образов социальных групп и государств. Цель исследования заключается в распространении понимания необходимости развития уровня медиаграмотности как части процесса взаимной культурной, образовательной и научной интеграции между жителями стран Большого Алтая и Центральной Азии. Изучены различные положительные, негативные, нейтральные стереотипы, формируемые известными персонами, средствами массовой информации, проведен анализ отношения к стереотипам в обществе. Найдены общие тенденции в процессах формирования стереотипов по отношению к социальным группам западных стран, Российской Федерации и Республике Казахстан. Поскольку следствием появления социальных стереотипов является непосредственное влияние на имидж государств и социальных или этнических групп, отмечена необходимость изучать и корректировать работу СМИ в данном направлении. Обозначены причины необходимости повышать уровень медиаграмотности среди населения, а также важность продолжения работы по развитию научного и культурного сотрудничества между странами Большого Алтая, в том числе и в области журналистики и связей с общественностью, для наиболее качественного и широкого освещения своей деятельности среди населения.*

Ключевые слова: медиаграмотность, стереотипы, тюркский мир, СМИ, имидж, Большой Алтай, Республика Казахстан.

DOI: <https://doi.org/10.32523/2616-7174-2022-141-4-30-44>

¹Статья подготовлена в рамках госзадания Алтайского государственного университета «Тюркский мир Большого Алтая: единство и многообразие в истории и современности» (проект номер — 748715Ф.99.1. ББ97АА00002)

Введение

Социальные стереотипы, как один из видов устойчивых образов, имеющих свои отрицательные или положительные последствия на формирование представления потребителей информации, представляют собой некие упрощенные, устойчивые образы об объекте, будь то человек определенной национальности или из определенного географического и политического пространства (государства), общества или группы, народа. Исходя из тематики исследования, речь будет идти именно об этом виде стереотипов – социальных. Однако «тюркология» и «тюркский мир» как один из предметов обширного исследования, проводимого в рамках исследовательского проекта «Тюркский мир Большого Алтая: единство и многообразие в истории и современности», являются тематикой анализа социальных стереотипов. Поэтому в той или иной мере будут также рассматриваться и другие виды стереотипов: культурные, политические, географические, этнические или расовые. Поскольку география исследования предполагает изучение стереотипов, сформированных или формируемых в странах Большого Алтая и Центральной Азии, т.е. нескольких суверенных государств, то исследование может касаться всех вышеназванных видов стереотипов.

Стереотип, как некая распространенная, устойчивая и уже воспринятая обществом или большой группой людей платформа мнений об объекте, является наиболее простой и удобной для восприятия отдельного человека, проживающего в данном обществе. Тем более, когда речь идет о стереотипах, формируемых или даже навязываемых средствами массовой информации, отдельному индивидууму трудно им противостоять. «Проблема формирования стереотипов проникла практически во все сферы общества. Это вполне объяснимо, так как с помощью стереотипов можно намного облегчить процесс построения мысли» [1]. Таким образом, принимая сложившийся стереотип, человек зачастую сам становится его распространителем, в то время как проверить его, оспорить, провести собственное дополни-

тельное исследование вопроса не представляется необходимым, поскольку все вокруг это мнение разделяют. Это еще один аргумент в пользу развития системы и распространения медиаграмотности, когда в обществе прививаются и преподаются знание и инструменты для правильного, критического понимания сообщений средств массовой информации. «Обучение медиаграмотности учит аудиторию быть более ответственным и сознательным потребителем. Противодействие негативным последствиям расовых и этнических стереотипов в СМИ является одной из целей обучения медиаграмотности. Часто такие вмешательства в области медиаграмотности начинаются с поощрения аудитории ставить под сомнение и критически относиться к стереотипам СМИ» [2].

Медиаобразы, формируемые современными СМИ, которые активно и всесторонне влияют на образ мышления человека – потребителя информационного контента, имеют самые разные направленности, могут являться как объективными, так и предвзятыми, исходить из современной «актуальной», по мнению медиа, политической повестки. Используя широкий инструментарий, включающий все виды звуковых, текстовых и визуальных моделей преподнесения информации, медиа имеет обширное влияние даже на людей, которые не потребляют медиаконтент на регулярной основе.

«Нигде это не является более очевидным, чем расовые и этнические стереотипы, которые пронизывают радиоволны и печатную культуру, хотя сегодня такие стереотипы воспроизводятся с помощью конкретных медиа-практик, таких как обнародование имен и лиц цветных преступников» [3]. В США проблема социальных стереотипов, и конкретнее расовых и этнических видов стереотипов, исследуется повсеместно. В случае стран Большого Алтая и Центральной Азии расовые стереотипы отходят на третий план, однако, надо признать, что этнические стереотипы, культурные или, скажем, географические, являются распространенным явлением. Данная цитата американского исследователя приведена

здесь, поскольку обозначенная проблема применима и в наших реалиях, ведь ни для кого не является секретом проблема стереотипного восприятия мигрантов в крупных городах Российской Федерации, таких как Москва и Санкт-Петербург. Это касается не только мигрантов, но и шире – выходцев из кавказских регионов России, жителей Центральной Азии, а также представителей малых и сельских регионов, первые из которых, как и чернокожие в США, зачастую воспринимаются в роли незаконопослушных граждан. Поскольку крупные города, не только в Российской Федерации, но и во всех странах являются притягательным местом для жителей регионов и даже соседних государств как образовательные и экономические центры, то можно утверждать, что отношение горожан к приезжим формируется особенное, включающее в себя множество стереотипных представлений. «Что касается стереотипов в отношении жителей Средней Азии и Северного Кавказа, то, в первую очередь, необходимо сказать, что представления о человеке другой национальности, другой культуры могут быть разного характера: положительно-нейтральными или негативными. Здесь речь идет о том, что существуют немало негативных стереотипов о мигрантах» [4]. Однако, бесспорно, есть и положительные стереотипы о представителях кавказских регионов и Средней Азии, которые, впрочем, также являются стереотипами и, как и негативные, имеют под собой как аргументированную базу, так и чрезмерно упрощенное, неадекватное восприятие.

В то же время в Европе существуют свои проблемы формирования имиджа и стереотипов по этническим, расовым и религиозным признакам. Проблемы миграции в экономически развитые и культурно-толерантные страны Европы известны. Массовый наплыв мигрантов в развитые страны Евросоюза является актуальной проблемой, и средства массовой информации играют не последнюю роль в формировании мнения коренных жителей этих государств по отношению к приезжим. Например, «Нидерланды традиционно известны своими ценностями инклюзивности,

компромисса и социальной терпимости, но в последние десятилетия расизм и стереотипы стали более заметными в средствах массовой информации. В контексте иммиграции журналисты, телевизионные программы и различные средства массовой информации по сути являются частью и отражением сложных отношений между этническими меньшинствами и культурным статус-кво толерантности» [5].

В рамках данного исследования необходимо заострить внимание на стереотипах, формируемых СМИ по тематике «тюркологии» и «тюркского мира», поэтому стереотипы о мигрантах из Средней Азии, как - зачастую, но не всегда - представителей тюркского мира в России будут рассматриваться шире.

Подобного рода факторы существуют и в обратном направлении, т.е. имеются сформированные и формирующиеся стереотипы по отношению к этнически русским людям в странах Центральной Азии. Здесь следует различать русскоязычное население стран, которое является полноправными гражданами, и приезжих деловых людей, туристов и мигрантов. «Из современных особенностей тюркского мира социально-демографический фактор является одним из самых важных. А именно присутствие русскоязычного населения во многих, относительно недавно созданных, новых тюркских государственных образованиях. Это также относится и к ряду субъектов в составе Российской Федерации. Конечно, демографический фактор во многом изменился с начала 90-х гг. XX в., во многих государственных образованиях русскоязычное население стало меньшинством и общее количество продолжает сокращаться, но тем не менее все равно оказывает влияние на политические процессы в странах тюркского мира» [6].

Конечно, русскоязычное население оказывает влияние не только на политические, но и на экономические, культурные и прочие процессы, будучи гражданами новых республик. Поэтому конструктивный и взаимовыгодный диалог между тюркскими странами, безусловно включающий Российскую Федерацию, является актуальным и всегда востребованным.

Этнически русского населения в Республике Казахстан традиционно большое количество. И хотя за период независимости оно сократилось по отношению к казахскому населению, тем не менее, оно представляет собой значительные показатели – около четверти населения. Учитывая то, что Республика Казахстан представляет собой многонациональное, многоконфессиональное государство, с курсом на построение современного, демократического общества, государство, в котором граждане, представители всех национальностей имеют одинаковые права, русское и русскоязычное население, имеющее традиционно крепкие, дружественные культурные и социальные связи с остальными гражданами, представляет собой значительный фактор стабильности. «Большинство русских в результате этого (исторического, авт.) взаимодействия вобрало в себя часть культуры, обычаев и традиций казахского народа» [7], поэтому стереотипы, сложившиеся среди казахстанского населения, касающиеся русских и русскоязычных людей, зачастую отличаются относительно граждан Республики Казахстан и приезжих.

В данном контексте, относительно стереотипов, формируемых СМИ по отношению к выходцам из Центральной Азии в России и русским и русскоязычным людям в Республике Казахстан, также немаловажную роль играет формирование положительных стереотипов. Поскольку через стереотипы, как вид упрощенного восприятия имиджа социальных групп, в обществе формируется некое мнение относительно этой группы, возможно предположить, что положительные аспекты, подаваемые средствами массовой информации, являются предпочтительными. Что касается отношений «тюркского мира» и «русского мира», то необходимо продолжать дальнейшую работу по развитию традиционно дружеских отношений и социально-культурного взаимодействия, поскольку «необходим гуманитарный диалог цивилизаций, т.е. взаимодействие культур, которое начинается с признания другой культуры как равноправного субъекта. Диалоговый принцип способствует преодолению эгоцентризма каждой из сторон» [8].

Методология исследования

На основе метода контент-анализа сообщений средств массовой информации проведено исследование по тематике формирования социальных, этнических, географических стереотипов. Проанализированы научные работы в области создания и формирования имиджа государств и социальных групп. Представлены результаты качественного анализа материалов научных публикаций, как международных, так и русскоязычных, и информационного пространства Российской Федерации и Республики Казахстан по тематике «тюркского мира» и «тюркологии», проведена структуризация и распределение этнических и прочих стереотипов, сформированных на территориях стран Большого Алтая и Республики Казахстан, определены методы борьбы с отрицательными стереотипами. Полученные в результате исследования данные сопоставлены и интерпретированы в рамках целей и задач исследовательского проекта «Тюркский мир Большого Алтая: единство и многообразие в истории и современности». Дальнейшее практическое применение результатов исследования лежит в области образовательных программ для журналистов и социологов, изучающих психологию связей с общественностью, имиджологию и другие гуманитарные дисциплины.

Обсуждение

Проблема мигрантов из Средней Азии родилась в крупных городах Российской Федерации давно, даже раньше, чем приобретение статуса независимости государств Центральной Азии. В Москву и Санкт-Петербург стремились задолго до начала 90-х годов с целью получить образование, обрести более высокие заработки, за лучшими материальными показателями жизни как в культурные центры.

На сегодняшний день существует множество стереотипов, сложившихся и культивируемых через СМИ у жителей крупных городов относительно представителей среднеазиатских республик. Отмечается, что за-

частую жители крупных городов редко различают представителей разных республик и всех воспринимают как среднеазиатов, как представителей некоего одного, скажем так, большого этноса. Это один из признаков стереотипности, т.е. упрощенного восприятия, не утрудженного никаким дополнительным исследованием вопроса. «Значительная часть негативных стереотипов о мигрантах появляется из-за низкого уровня информированности местного населения и приезжих друг о друге, а также из-за существующих национальных предрассудков. В связи с тем, что стереотипизация применяется в целом ко всем мигрантам из Центральной Азии, а не дифференцируется по этническим группам или странам, негативное отношение будет иметь долговременные последствия» [9].

«Стереотипы имеют когнитивную природу и прежде всего рассматриваются как широкие обобщения, сделанные в отношении группы людей на основании их членства в этой группе, при этом они могут отражать негативные (например, «евреи жадные») или позитивные (например, «узбеки гостеприимные») представления о группе [10].

Тем легче приживаются социальные стереотипы, когда дело принимает модель «свои» - «чужие». Если говорить о местных жителях, горожанах, то зачастую приезжая «рабочая сила» воспринимается как чужеродный элемент, иногда довольно забавный, воспринимаемый с несколько высокомерных позиций и, конечно, все-таки носящий характер отрицательных стереотипов, так как в глазах жителей мегаполисов речь идет о дешевой, «низкоквалифицированной» рабочей силе, кроме всего, склонной к нарушению норм закона, начиная от нелегального присутствия и заканчивая «склонностью к хулиганским действиям». Здесь, бесспорно, присутствует и экономический фактор.

Часто в таких рамках жители Средней Азии могут восприниматься как «бедные родственники» для представителей старшего поколения, которые еще помнят жизнь и быт в Советском Союзе и до сих пор имеют некоторую склонность относиться к централь-

ноазиатским республикам как к периферии одного большого государства. Для представителей же молодого поколения характерны иные стереотипы, также часто с отрицательными свойствами, поскольку недорогая рабочая сила – это конкурент за рабочие места, и конкурент удачливый, поскольку уровень доходов, за которые представители среднеазиатских республик готовы трудиться, зачастую ниже того уровня, который хотели бы иметь местные жители без высшего образования, с невысокой квалификацией.

Нужно отметить, что вышеописанные стереотипы относятся не ко всем представителям стран Центральной Азии, а только к мигрантам, в частности к трудовым. Кроме того, надо подчеркнуть, что речь идет о представителях определенных профессий, определенных секторов экономики, где уровень дохода является низким, таким как сектор обслуживания (дворник, уборщик, нянька и т.д.) или строительный сектор (маляр, штукатурщик, кладчик и т.д.). Здесь существует множество распространенных и сильно «растравленных» при помощи средств массовой информации стереотипов и шаблонов. Знаменитые и любимые россиянами среднеазиаты Равшан и Джамшут из телепередачи «Наша Russia», сыгранные М. Галустьяном и В. Магдьяшем, диалоги и цитаты которых «ушли в народ», - яркое подтверждение. «Национальность строителей прямо не называется в телепередаче, однако упоминается, что они приехали из Таджикистана. Поэтому по умолчанию их считают таджиками» [11]. Впрочем, национальность героев и не имеет особого значения, поскольку передача была известна как раз целенаправленным выпячиванием стереотипных представлений о разных социальных группах с целью подать подобный контент в юмористическом ключе.

О трудовых мигрантах или о деловых людях из центральноазиатских республик, таких как, например, бизнесмены или представители шоу-бизнеса, формируются стереотипы совсем иного характера, поскольку предполагается, что уровень доходов и успешности таких людей гораздо выше, чем у среднестатистических жителей России.

тистического москвича или петербуржца, и бизнесмены, певцы, юмористы, музыканты скорее воспринимаются как представители элиты.

В этом ключе трудно недооценить положительную роль как в формировании, скажем так, «правильных» стереотипов, или наоборот, в разбивании негативных стереотипов через высмеивание и намеренное выпячивание определенных шаблонов, юмористическими командами КВН. На постсоветском пространстве, среди любителей Клуба веселых и находчивых, едва ли найдутся люди, незнакомые с такими известными командами как «Kazaxи» (Казахстан), «Азия MIX» (Кыргызстан), «Спарта» (Казахстан), «Камызяки» (Россия), юмор которых часто строился на высмеивании стереотипов, в том числе кочевых-номадических стереотипов, отношения русских в России к представителям Средней Азии, особенностях культур, современном быте и т.д. Огромное количество просмотров и любовь публики завоевали такие номера, как «Приезд тещи» с Турсынбеком Кабатовым, где обыгрывались отношения матери казахской женщины и ее русского мужа, «Как казахи квартиру снимали», с юмористическим представлением о трудностях приезжих казахов в Москве, «Самый умный казах с Тиной Канделаки», «National Geographic» и т.д. Многие юмористы, музыканты, артисты из центральноазиатских республик и по сей день занимают своим делом, знакомством россиян со своей культурой, и через юмор разбивают негативные стереотипы и формируют новые, положительные. «Москва просто привыкла к азиатам. Мы стали здесь своими. Когда-то действительно был бум кавказских команд. «Дагестанские бродяги», «Парни из Баку», «Новые армяне» гремели. Потому что они были своими - москвичи каждый день встречали их на улицах. То же самое теперь с азиатами. Они стали частью жизни москвичей, частью жизни России, не ассимилировались, конечно, но заняли свою нишу» - вспоминает квнщик Санат Шапашов [12].

Существует множество стереотипов, которые с трудом можно определить как относя-

щиеся к непосредственно «тюркскому миру» и «тюркологии», однако косвенно они относятся именно к этническим группам, принадлежащим к тюркским. Это не только стереотипы, направленные на тюркоязычные группы, но и имеющие место внутри общества, относящего себя к тюркским. Например, в России известен стереотип: «татары – хитрые». Одно из предположений относительно формирования этого стереотипа говорит о том, что татары являлись представителями другого этноса, расы, носителями другой религии и воспринимались если не совсем чуждыми, то и не ассимилированными в традиционном русском православном обществе. Кроме того, в дальнейшем татары активно занимались внешней и позже внутренней, но далекой, караванной торговлей с мусульманскими странами Средней Азии, что делало многих весьма состоятельными людьми, в то время как купечество, а тем более нерусского происхождения, часто презиралось представителями высших кругов. Подобный стереотип есть и в казахстанском обществе, только здесь хитрыми считают найманов (в данном контексте – одно из племен Среднего жуза, авт.). Интересно, что данный стереотип фактически рассматривается и как положительный, и как отрицательный, в зависимости даже не от предпочтения носителя стереотипа, а от его настроения, ведь «хитрый» может преподноситься в отрицательных значениях как «лукавый», «мошенник», «обманщик», так и в положительных: «ловкий», «находчивый», «воротила».

«Татары - потомки одного из тюркских племен, живших на Алтае и Монголии еще до появления там этнических монголов... Туристы из России, приехав в Казань, искренно удивляются благожелательному отношению к ним. Татары оказались вежливыми, и вообще, со стороны их трудно отличить от русских. Это вызывает удивление и даже неприятие», пишет научный руководитель Института истории им. Ш. Марджани Рафаэль Хакимов. И далее: «да, мы очень хитрые. А еще мы расчетливые, экономные и трудолюбивые» [13], подтверждая мнение о том, что стереотипы, хоть и являются раздутым шаблоном с целью

упростить восприятие, все же могут иметь под собой некоторые аргументированные основания. Внутриказахстанский же стереотип о найманах объясняет историк Ж. Сабитов: «Мне кажется, это такой городской алматинский фольклор, связанный с «экспансией» найманов в Алматинской области. Придя в этот регион, они «потеснили» там представителей других родов, поэтому возник такой стереотип» [14]. Таким образом, если принять мнение Ж. Сабитова, мы увидим, что основания для формирования стереотипов, как описывалось выше, среди жителей Москвы или Санкт-Петербурга, точно такие же и для другого мегаполиса, казахстанского города Алматы, в который также приезжают жить, учиться, работать как казахстанцы, так и граждане соседних государств. Отсюда можно заключить, что подобные стереотипы являются не только этническими, но скорее даже культурными, зарождаемыми в умах горожан, жителей мегаполисов.

Результаты

Расовые, этнические, культурные или географические стереотипы существуют не только на территориях стран Большого Алтая и Центральной Азии. Проблемы миграции и особенного отношения к «иным» людям существуют повсеместно и, конечно, особенное развитие приобретают в развитых регионах. «Например, стереотипы о том, что «черные ленивы», «ирландцы — алкоголики», «иммигранты не хотят учить язык принимающих стран» и т. д., оказывают глубокое влияние на то, как к этим группам относятся другие. Стереотипы могут отражать внутренний, хронический паттерн поведения, но более информативным является то, что этот нежелательный паттерн находится под волевым контролем стереотипных индивидуумов» [15]. Бросается в глаза схожесть и даже универсальность приведенных в цитате американских ученых стереотипов. Конечно, основания и корни подобных стереотипов разные, однако, именно их схожесть подтверждает определение стереотипов, гласящее, что это искаженное,

поверхностное и зачастую неточное представление, когда речь идет об образе социальных групп. Мы наблюдаем стереотип о «ленивых черных», который, вероятно, коренится в традиционно более бедном и даже иждивенческом, в усредненном отношении, положении чернокожих в американском и европейском обществах. Кроме того, ранее упоминался стереотип о том, что чернокожие проще воспринимаются общественностью как преступники. Похожие стереотипы есть и в Российской Федерации относительно представителей кавказских регионов и центральноазиатских республик, когда речь заходит о законопослушности. Что же касается «ленивости», то подобные стереотипы вряд ли имеют место, поскольку представители кавказских регионов и азиатских республик зачастую приезжают в большие города для получения образования или для работы, поэтому здесь скорее следует говорить об их трудолюбии. Но, конечно, есть свои негативные стереотипы, такие как: «кавказцы – агрессивные», «узбеки – бедные», а казахи и вовсе «отсталые», «коррупцированные» и т.д.

Если в США и Европе существует стереотип об ирландцах, склонных к чрезмерному употреблению алкоголя, то подобный стереотип мы можем наблюдать в центральноазиатских республиках и мусульманских регионах Российской Федерации, только здесь, согласно стереотипу, «алкоголик – русский». Бесспорно, корни этих стереотипов имеют совершенно разное происхождение. Если ирландцы представляются коренным жителям США и Европы этными хулиганами, любителями выпить, эмоционально поболеть за любимую спортивную команду, подраться и т.д., то основания появления стереотипа о русских – любителях выпить, скорее, имеют культурные и религиозные факторы. В мусульманских консервативных обществах, как известно, толерантность к употреблению алкогольных напитков стремится к минимуму, в то время как представители русского этноса зачастую не являются мусульманами, т.е. в данном случае они воспринимаются как «пришлые», «иные», с другой культурой и

верованиями. Отсюда рождается негативный стереотип о русских, которым нормы исламского общества могут быть чуждыми. Кроме того, стереотип о «русском пьянстве» зародился гораздо раньше и далеко не в странах, связанных с тюркским миром или с преобладающим мусульманским населением. Этот стереотип довольно давно культивируется в европейских СМИ при том, что показатели потребления алкоголя на душу населения в России давно не являются «лидирующими». Здесь как раз налицо распространение стереотипов средствами массовой информации и массированное влияние подобных сообщений, которые транслируются на широкую аудиторию, наравне с «шапкой-ушанкой», «балалайкой» и «медведями, гуляющими по улицам городов». «Глобализация ломает стереотипы. Помните, как во время чемпионата мира по футболу многие иностранцы с удивлением признавали, что русские, оказывается, совсем не утрюмые и пьяными на улицах почему-то тоже не валяются, сказал в интервью социальный психолог Алексей Рощин [16].

В странах, связывающих себя с тюркским миром, также складываются свои стереотипы. В Республике Казахстан существуют стереотипы относительно казахстанцев, представителей русского этноса, которые зачастую глубоко интегрированы в казахстанское общество и не разделяют себя с ним, отдельные стереотипы существуют по отношению к россиянам и к представителям других соседних государств. Недавно президент К-Ж. Токаев «раскритиковал формулировку «русская диаспора в Казахстане». По его мнению, она противоречит действительности, так как русские - не диаспора, а часть народа» [17]. В целом, высказывание президента отражает реальную ситуацию, где этнически русское население не отделяется само и не является отделяемым от общего населения Республики Казахстан. Показательным в данном контексте являются такие высказывания известного казахстанского спортсмена Г. Головкина: «Родиной для меня всегда остается Казахстан. Я всегда буду выступать за свою страну. У меня здесь родители, все родственники здесь. Другого гражданства

никогда не брал, и не собираюсь. Я всегда говорю, что я казахстанец» [18] или «Когда меня спрашивают о национальности, я говорю: мой отец – русский, мама – кореянка, а меня – казакпын!» [19].

Также наблюдается довольно резкая, негативная реакция по поводу высмеивания некоторых стереотипов о казахах и Казахстане. Если квишники и юмористы, в том числе представители русского этноса, высмеивая некоторые стереотипы, зачастую пользуются народным признанием, то по отношению к иностранным юмористам реакция публики чаще непримиримо отрицательная. Это особенно хорошо наблюдалось по отношению к фильмам Саши Барона Коэна «Борат» и «Борат 2».

Конструктивную критику по поводу второго фильма обозначила профессор Назарбаев университета, доктор Клэр Гриффин: «Если фильм снят людьми из данной страны, то такое «смешное» изображение настоящих стран может быть важной формой искусства. Но когда такие фильмы снимают аутсайдеры (посторонние, ред.), совсем не знающие или мало представляющие реальность в этой стране, они полагаются на стереотипы и искажают действительность этой страны» [20]. «Хотя фильм представляет собой сатиру на американскую культуру, не все в Казахстане оценили шутку», - так аль-Джазира обозначила реакцию казахстанцев на фильм [21]. «Некоторым казахстанцам показалось, что «Борат» с его грубыми западными стереотипами в отношении выходцев из Центральной Азии, арабов и восточноевропейцев, по сути, стал знакомством зрителей во всем мире с молодой страной», - рассказал CNN Серик Шарипов [22]. Таким образом, можно сделать вывод, что высмеивание и формирование стереотипов – дело довольно чувствительное, тем более, если речь идет о молодом государстве. К юмору также следует подходить с изрядной долей деликатности и такта.

Перечислим также некоторые стереотипы о представителях русского этноса в Республике Казахстан. Существуют культурные и социальные стереотипы о жителях севера респу-

блики, где количество русских казахстанцев традиционно высокое. Несколько примеров из статьи Информбюро: «на севере все пьют очень много, перепить северного — как переторговать южного» - устоявшийся стереотип о пьющих, который анализировался выше, а также шуточное отношение к южанам в рамках другого внутриказахского стереотипа о вездесущих южанах; «на севере люди рождаются в тулупе и валенках» - это отправляет нас к суровым погодным условиям региона, но также коррелирует с общим стереотипом о русских, как «шапка-ушанка»; «на севере лучше искать себе мужа, потому что он не будет заставлять тебя что-либо делать» [23] - некий насмешливый стереотип, в меньшей степени этнического характера, а в большей — культурного. Данный стереотип, вероятно, высмеивает обратную сторону, т.е. «деспотичность» восточных мужчин, в то время как северяне, с большой долей этнически русского населения, преподносятся как более либеральные мужья.

В материале газеты «Караван» рассуждали о некоторой специфике русских казахстанцев и их отличиях от россиян: «Казахстанцы (этнически русские, авт.) из-за восточного влияния больше ценят семью, здесь меньше национальных стереотипов, поскольку людей всех вер и всех народов они каждый день видят на улице, со многими учились в школе, пересекались на работе либо живут по соседству... У них прижились некоторые азиатские ритуалы и обычаи, вроде уважения к старикам, пищевых привычек, в том числе правила чаепития... В большинстве своем они не знают казахский язык, но им известно несколько уважительных оборотов и фраз, употребляемых в быту. Ну и некоторые термины, которых нет в русском, они также используют» [24]. Как видно, зачастую, стереотипы об этнических русских в Казахстане носят шуточный характер. Часто это стереотипы, касающиеся внешнего вида, специфики речи и некоторых культурных различий, и они редко воспринимаются как исключительно негативные.

Подведем итог цитатой из интервью депутата Мажилиса Парламента РК от партии

«АМАНАТ» Юрия Жулина: «Я думаю 100%, очевидно же, что никаких предпосылок нет, намерений ущемлять права граждан русской национальности, русскоязычных в Казахстане - нет... Для наших граждан — это вещи очевидные, и у всех однозначный ответ будет на это - никаких ущемлений нет» [25].

Данное высказывание особенно актуально в связи с темой данной работы, а также современной политической повесткой. Целенаправленное формирование стереотипов как зачастую ложных представлений в рамках более масштабного строительства имиджа государств средствами массовой информации является довольно опасным предприятием. В сложной современной геополитической ситуации, когда налицо информационные войны, особенно важно уделять внимание развитию медиаграмотности среди населения, поскольку многие средства массовой информации прилагают усилия к тому, чтобы столкнуть между собой традиционных исторических партнеров и соседей, которыми являются страны Большого Алтая и Центральной Азии. Часто СМИ пытаются противопоставить, сравнить в негативном ключе или подчеркнуть проблемные аспекты в отношениях стран «тюркского мира» и Российской Федерации, в том числе посредством формирования стереотипов. «Живучесть представлений о России как об «империи зла», где все играют на балалайках и постоянно пьют, удивляет. Тем более, что использованием таких «русских» ассоциаций зачастую грешат даже авторитетные мировые СМИ» [26]. Образ Российской Федерации демонизируется различными СМИ и это не является чем-то новым. Казахстанский портал еще в 2016 году цитировал американские СМИ в материале с заголовком: «Россия стала угрозой для Казахстана и Беларуси — СМИ» [27]. В СМИ культивируется образ того, что в Кремле опасаются создания некоего Тюркского государства под предводительством Турции. Подобные материалы напоминают создание и дальнейшее формирование новых негативных стереотипов.

«После победы союзника Турции Азербайджана во Второй карабахской войне (27

сентября - 9 ноября 2020 года) российские обозреватели обеспокоены усилиями Анкары по созданию союза тюркских государств под ее началом. И эта тревога только усилилась, когда Турция создала Организацию тюркских государств» [28]. «Концепция русского мира подразумевает ответственность Москвы за судьбу русских как народа, тогда как пантюркизм провозглашает центральную роль Турции в этноязыковой общности (каковой и являются тюрки)», - пишет доцент департамента политологии Финансового университета при Правительстве РФ [29]. В частности, в рамках работы над медиаграмотностью важно понимать различия терминов в подобном контексте, поскольку понятия «русский мир» и «тюркский мир» - созвучны, хотя и имеют под собой совершенно разные концепции и вряд ли могут быть объективно сравнимы вообще, в то время как для обывателя, обычного потребителя контента масс-медиа подобные столкновения несравнимого могут звучать убедительно.

«Представления о внешнем образе государства и народа укоренены в ассоциациях и стереотипах, связанных с миром материальной и духовной культуры... Стереотипы управляют процессом восприятия имиджа страны, включены в процесс социального познания» [30]. Поэтому нельзя поддаваться на упрощения и тем более на демонизацию тех или иных образов в средствах массовой информации. Следует критично подходить к сообщениям, формирующим стереотипы о государствах, народах и социальных группах. Вбрасывание трендов об опасности, взаимных угрозах, неких несуществующих политических и социальных проблем в отношении стран Большого Алтая и Центральной Азии является повсеместным и поэтому необходимо продолжать работу по таким проектам, как «Тюркский мир Большого Алтая: единство и многообразие в истории и современности», по другим, схожим образовательно-научным, исследовательским и культурным проектам, способствующим налаживанию конструктивного и полезного диалога и развитию медиаграмотности среди населения наших стран. «Многообразие явля-

ется залогом жизненной культуры. Обычаи народов отражают это многообразие... Так, в процессе взаимного культурного обмена создаются новые, межкультурные ценности» [31].

Выводы

На сегодняшний день основные методы работы средств массовой информации не изменились. Если существует некий заказ или потребность в рамках информационных войн для создания и поддержки устоявшихся негативных стереотипов, в частности, связанных с отрицательным имиджем, то применяются обычные психологические приемы формирования интереса у аудитории. Это искусственно создаваемый образ врага вкупе с актуальными, действительными геополитическими проблемами. Также интерес у аудитории вызывают некие угрозы, реальные или вымышленные, домысленные за потребителями контента его создателями. Подобные образы внедряются в информационное поле, создаются негативные стереотипы, обстановка противостояния.

В рамках данной работы еще раз подчеркнута актуальность и необходимость развития информационной и медиаграмотности среди населения, спрос на умение отличать стереотипы от реального, проанализированного образа социальных групп, и на примере отрицательных стереотипов продемонстрировано влияние неправильного и неточного восприятия действительности. Отрицательные стереотипы, направленные на социальную группу индивидуума, будь то в культурном, социальном или этническом аспекте, могут являться болезненными. Показаны роль положительных стереотипов и ценность талантливого преподнесения, дружеского высмеивания стереотипов, имеющих под собой некоторые действительные основания, как формы борьбы с отрицательными стереотипами.

Социальные группы разных масштабов несут ответственность за формирование «правильного» или положительного имиджа. Это относится к средствам массовой информации и к другим информационным площадкам. Через культуру, литературу, кинематограф

и т.д. необходимо формировать образ и далее имидж, бренды своего государства, уметь управлять стереотипами, и посредством сотрудничества между соседними государствами Большого Алтая и Центральной Азии в научной, культурной, экономической сферах развивать общее информационное поле, регулировать культурные и медиапроцессы, формировать взаимовыгодные информационные повестки и сотрудничать в рамках общих социальных и образовательных площадок, таких как «Тюркский мир Большого Алтая: единство и многообразие в истории и современности».

Список литературы

1. Русских Л.В., Фомина С.В. Формирование политических стереотипов в СМИ // Bulletin of the South Ural State University Series «Humanities and social sciences» - 2015. - Vol. 15, No. 1. – P. 116-117.
2. Ramasubramanian S., Souza A. The International Encyclopedia of Media Literacy // Media and Ethnic Stereotyping. – Blackwell / International Communication Association, 2019. – pp. 1-7.
3. Castaneda M. The Power of (Mis)Representation: Why Racial and Ethnic Stereotypes in the Media Matter // Challenging Inequalities: Readings in Race, Ethnicity, and Immigration. – 2018. – P. 1-13.
4. Топ-5 популярных стереотипов о народах Средней Азии и Северного Кавказа, [Электрон. ресурс] – 2019. – URL: https://islam-today.ru/islam_v_mire/top-5-popularnyh-stereotipov-o-narodah-srednej-azii-i-severnogo-kavkaza/ (дата обращения: 10.08.2022).
5. Mass Media: The Construction of Ethnic Stereotypes. Humanity in Action. Netherlands [Электрон. ресурс]. - 2014. – URL: https://humanityinaction.org/knowledge_detail/mass-media-the-construction-of-ethnic-stereotypes/ (дата обращения: 10.08.2022).
6. Русанов В.В. Социально-политическое многообразие Тюркского мира: вызовы и проблематика // Тюрко-монгольский мир Большого Алтая: историко-культурное наследие и современность: материалы II Международного алтаистического форума. - Барнаул-Горно-Алтайск, 30 сентября - 3 октября 2021 г. - С. 379.
7. Кувандыков А. Русские в Казахстане. Россия и Казахстан – стратегия для будущего. – Алматы, 1993. - 64 с.
8. Шалабаева Г.К. Казахстан: от древних цивилизаций к современности. – Алматы: Экономика, 2007. - 258 с.
9. Бритвина И.Б., Могильчак Е.Л. Стереотипы восприятия мигрантов из стран Центральной Азии как представителей культуры единого региона // Известия Уральского федерального университета. – 2020. – Т. 26. - №2(197). - С. 176-184.
10. Григорьев Д.С. Модель содержания стереотипов и этнические стереотипы в России // Журнал социологии и социальной антропологии. – 2020. - 23(2). – С. 215–244.
11. Равшан и Джамшут [Электрон. ресурс]. – 2016. – URL: <https://24smi.org/person/8425-ravshan-i-dzhamshut.html#tableofcontents5> (дата обращения: 10.08.2022).
12. Казахи в КВН: от ошеломительного триумфа до «войны» с Масляковым [Электрон. ресурс]. – 2021. – URL: <https://www.caravan.kz/news/kazakhi-v-kvn-ot-oshelomitel'nogo-triumfa-do-vojnny-s-maslyakovym-786204/> (дата обращения: 10.08.2022).
13. «Исторический путь татар» казанского ученого, часть 9-я [Электрон. ресурс]. - 2021. – URL: <https://realnoevremya.ru/articles/198969-rafael-hakimov-da-my-tatary-ochen-hitrye-a-esche-my-raschetlivye> (дата обращения: 11.08.2022).
14. Хитрые найманы и воинственные адайцы? Какие стереотипы о ру и жузах есть в Казахстане [Электрон. ресурс]. – 2022. – URL: <https://ru.sputnik.kz/20220214/khitrye-naymany-i-voinstvennye-adaytsy-kakie-stereotipy-o-ru-i-zhuzakh-est-v-kazakhstane-22683717.html> (дата обращения: 11.08.2022).
15. Brandt M.J., Reyna C. Psychology of Stereotypes // Simon E.L. - Nova Science Publishers, Inc., 2010. - P. 1-32.

16. Клеймо нации: почему русских считают самыми пьющими и так ли это на самом деле [Электрон. ресурс]. - 2020. – URL: <https://news.rambler.ru/community/45152387-kleymo-natsii-pochemu-russkih-schitayut-samymi-pyuschimi-i-tak-li-eto-na-samom-dele/> (дата обращения: 10.08.2022).
17. Как относятся к русским в Казахстане [Электрон. ресурс]. - 2020. – URL: <https://news.rambler.ru/world/44287027-kak-otnosyatsya-k-russkim-v-kazahstane/> (дата обращения: 12.08.2022).
18. «Стопроцентный» Геннадий Головкин [Электрон. ресурс]. - 2013. – URL: <https://yvision.kz/post/361606> (дата обращения: 12.08.2022).
19. Геннадий Головкин на Ассамблеи народа Казахстана [Электрон. ресурс]. - 2013. – URL: <https://www.altyn-orda.kz/kz/gennadij-golovkin-na-assamblei-naroda-kazahstana/> (дата обращения: 12.08.2022).
20. «Буллинг в школе» и «комплекс отсталой страны». Комедия «Борат» вновь оскорбила казахстанцев [Электрон. ресурс]. - 2020. – URL: <https://ru.krymr.com/a/komediya-borat-vnov-oskorbila-kazahstantsev/30906899.html> (дата обращения: 12.08.2022).
21. 'Cancel Borat': Some in Kazakhstan not amused by comedy sequel [Электрон. ресурс]. - 2020. – URL: <https://www.aljazeera.com/news/2020/10/25/cancel-borat-some-in-kazakhstan-not-amused-by-comedy-sequel> (дата обращения: 12.08.2022).
22. Реакцию казахстанцев на фильм «Борат-2» обсуждают мировые СМИ [Электрон. ресурс]. - 2020. – URL: <https://ru.sputnik.kz/20201026/reaktsiya-kazahstansy-borat-2-15301030.html> (дата обращения: 12.08.2022).
23. Что говорят казахстанцы из разных регионов друг о друге, обсуждают в соцсетях [Электрон. ресурс]. - 2016. – URL: <https://informburo.kz/novosti/chto-dumayut-kazahstancy-iz-raznyh-regionov-drug-o-drug-obsuzhdayut-v-socsetyah.html> (дата обращения: 12.08.2022).
24. «Открытые и гостеприимные» - насколько русские в Казахстане отличаются от русских в России [Электрон. ресурс]. - 2020. – URL: <https://www.caravan.kz/news/otkrytye-i-gostepriimnye-naskolko-russkie-v-kazahstane-otlichayutsya-ot-russkikh-v-rossii-701514/> (дата обращения: 12.08.2022).
25. Как живет русский в Казахстане? Откровенное интервью депутата [Электрон. ресурс]. - 2022. – URL: <https://rus.azattyq-ruhy.kz/interview/35167-kak-zhivetsia-russkim-v-kazahstane-otkrovennoe-interviu-deputata> (дата обращения: 12.08.2022).
26. Тотальная демонизация: что пишут о России западные СМИ [Электрон. ресурс]. - 2022. – URL: https://www.gazeta.ru/politics/2018/06/12_a_11793997.shtml?updated (дата обращения: 13.08.2022).
27. Россия стала угрозой для Казахстана и Беларуси [Электрон. ресурс]. - 2016. – URL: <https://365info.kz/2016/10/kazahstan-pod-ugrozoj-amerikanskije-spetsialisty> (дата обращения: 13.08.2022).
28. «Тюркский мир» против «русского мира» и споры вокруг Сауле Омаровой в США [Электрон. ресурс]. - 2021. – URL: <https://rus.azattyq.org/a/kazahstan-media-review-omarova-erdogan-turkic-world-russian-world/31570981.html> (дата обращения: 13.08.2022).
29. Центр тюркского мира – это Россия [Электрон. ресурс]. - 2021. – URL: <https://russianskz.info/politics/12619-centr-tjurkskogo-mira-jeto-rossija.html#:~:text=Концепция%20русского%20мира%20подразумевает%20ответственность,пантюркизмом%20можно%20сравнить%20идеологию%20панславизма> (дата обращения: 13.08.2022).
30. Адилова Л.Ф., Адилов В.А., Смирнова М.В. Образ России в Казахстане. Монография. - Москва: Экслибрис-Пресс, 2011. - 208 с.
31. Россия и Казахстан: проблемы истории. - Москва: Институт российской истории РАН, 2006. – 420 с.

References

1. Russkih L.V., Fomina S.V. Formirovanie politicheskikh stereotipov v SMI [Formation of political stereotypes in the media], Bulletin of the South Ural State University Series «Humanities and social sciences», 1 (15), 116-117 (2015).
2. Ramasubramanian S., Souza A. The International Encyclopedia of Media Literacy, Media and Ethnic Stereotyping. – Blackwell / International Communication Association, 1-7 (2019).
3. Castaneda M. The Power of (Mis)Representation: Why Racial and Ethnic Stereotypes in the Media Matter, Challenging Inequalities: Readings in Race, Ethnicity, and Immigration, 1-13 (2018).

4. Top-5 популярныh стереотипов о народах Средней Азии и Северного Кавказа, [Top 5 popular stereotypes about the peoples of Central Asia and the North Caucasus] 2019. – Available at: https://islam-today.ru/islam_v_mire/top-5-popularnyh-stererotipov-o-narodah-srednej-azii-i-severnogo-kavkaza/ (Accessed: 10.08.2022).
5. Mass Media: The Construction of Ethnic Stereotypes. Humanity in Action. 2014. Available at: https://humanityinaction.org/knowledge_detail/mass-media-the-construction-of-ethnic-stereotypes/ (Accessed: 10.08.2022).
6. Rusanov V.V. Social'no-politicheskoe mnogoobrazie Tyurkskogo mira: vyzovy i problematika [Socio-political diversity of the Turkic world: challenges and issues], Tyurko-mongol'skij mir Bol'shogo Altaya: istoriko-kul'turnoe nasledie i sovremennost': materialy II Mezhdunarodnogo altaisticheskogo foruma [Turkic-Mongolian world of the Greater Altai: historical and cultural heritage and modernity: materials of the II International Altai Forum], 379 (2021).
7. Kuvandykov A. Russkie v Kazahstane. Rossiya i Kazahstan – strategiya dlya budushchego [The Russians in Kazakhstan. Russia and Kazakhstan – strategy for the future] (Almaty, 1993, 64 p.).
8. Shalabaeva G.K. Kazahstan: ot drevnih civilizacij k sovremennosti [Kazakhstan: from the ancient civilizations to modernity] (Ekonomika, Almaty, 2007, - 258 p.).
9. Britvina I.B., Mogil'chak E.L. Stereotipy vospriyatiya migrantov iz stran Central'noj Azii kak predstavitelej kul'tury edinogo regiona [Stereotypes of Perception of Migrants from Central Asian Countries as Representatives of the Culture of a Single Region], Izvestiya Ural'skogo federal'nogo universiteta [News of the Ural Federal University], №2 (197). Issue 26, 176-184 (2020).
10. Grigoriev D.S. Model' sodержaniya stereotipov i etnicheskie stereotipy v Rossii [The model of the content of stereotypes and ethnic stereotypes in Russia], Zhurnal sociologii i social'noj antropologii [Journal of Sociology and Social Anthropology], 23(2), 215–244 (2020).
11. Ravshan i Dzhamshtut [Ravshan and Dzhamshtut]. 2016. Available at: <https://24smi.org/person/8425-ravshan-i-dzhamshtut.html#tableofcontents5> (Accessed: 10.08.2022).
12. Kazahi v KVN: ot oshelomitel'nogo triumfa do «vojny» s Maslyakovym [The Kazakhs and KVN: from a stunning triumph to a “war” with Maslyakov] 2021. – Available at: <https://www.caravan.kz/news/kazakhi-v-kvn-ot-oshelomitel'nogo-triumfa-do-vojnny-s-maslyakovym-786204/> (Accessed: 10.08.2022).
13. «Istoricheskij put' tatar» kazanskogo uchenogo, chast' 9-ya [“The historical path of the Tatars” of the Kazan scientist, part 9] 2021. – Available at: <https://realnoevremya.ru/articles/198969-rafael-hakimov-da-my-tatary-ochen-hitrye-a-esche-my-raschetlivye> (Accessed: 11.08.2022).
14. Hitrye najmany i voinstvennye adajcy? Kakie stereotipy o ru i zhuzah est' v Kazahstane [Cunning Naimans and warlike Adays? What stereotypes about ru and zhuzes exist in Kazakhstan] 2022. – Available at: <https://ru.sputnik.kz/20220214/khitrye-naymany-i-voinstvennye-adaytsy-kakie-sterootipy-o-ru-i-zhuzakh-est-v-kazahstane-22683717.html> (Accessed: 11.08.2022).
15. Brandt M.J., Reyna C. Psychology of Stereotypes // Simon E.L. (Nova Science Publishers, Inc., 2010. - P. 1-32).
16. Klejmo nacji: pochemu russkih schitayut samymi p'yushchimi i tak li eto na samom dele [The stigma of the nation: why Russians are considered the most drunk and is it really so] 2020. – Available at: <https://news.rambler.ru/community/45152387-klejmo-natsii-pochemu-russkih-schitayut-samymi-pyuschimi-i-tak-li-eto-na-samom-dele/> (Accessed: 10.08.2022).
17. Kak odnosyatsya k russkim v Kazahstane [How Russians are treated in Kazakhstan] 2020. – Available at: <https://news.rambler.ru/world/44287027-kak-odnosyatsya-k-russkim-v-kazahstane/> (Accessed: 12.08.2022).
18. «Stoprocentnyj» Gennadij Golovkin [“One hundred percent” Gennady Golovkin] 2013. – Available at: <https://yvision.kz/post/361606> (Accessed: 12.08.2022).
19. Gennadij Golovkin na Assamblei naroda Kazahstana [Gennady Golovkin at the Assembly of the People of Kazakhstan] 2013. – Available at: <https://www.altyn-orda.kz/kz/gennadij-golovkin-na-assamblei-naroda-kazaxstana/> (Accessed: 12.08.2022).
20. «Bulling v shkole» i «kompleks otstaloy strany». Komediya «Borat» vnov' oskorbila kazahstancsev [Bullying at school and the backward country complex. Comedy “Borat” again offended Kazakhstanis] 2020. – Available at: <https://ru.krymr.com/a/komediya-borat-vnov-oskorbila-kazahstantsev/30906899.html> (Accessed: 12.08.2022).
21. 'Cancel Borat': Some in Kazakhstan not amused by comedy sequel. 2020. – Available at: <https://www.aljazeera.com/news/2020/10/25/cancel-borat-some-in-kazakhstan-not-amused-by-comedy-sequel> (Accessed: 12.08.2022).

22. Reakciyu kazahstancsev na fil'm "Borat-2" obsuzhdayut mirovye SMI [The reaction of Kazakhstanis to the film "Borat-2" is discussed by the world media] 2020. – Available at: <https://ru.sputnik.kz/20201026/reaktsiya-kazahstantsy-borat-2-15301030.html> (Accessed: 12.08.2022).
23. Chto govoryat kazahstancy iz raznyh regionov drug o druge, obsuzhdayut v socsetyah [What do Kazakhstanis from different regions say about each other, discuss in social networks] 2016. – Available at: <https://informburo.kz/novosti/chto-dumayut-kazahstancy-iz-raznyh-regionov-drug-o-druge-obsuzhdayut-v-socsetyah.html> (Accessed: 12.08.2022).
24. "Otkrytye i gostepriimnye" - naskol'ko russkie v Kazahstane otlichayutsya ot russkikh v Rossii ["Open and hospitable" - how Russians in Kazakhstan differ from Russians in Russia] 2020. – Available at: <https://www.caravan.kz/news/otkrytye-i-gostepriimnye-naskolko-russkie-v-kazahstane-otlichayutsya-ot-russkikh-v-rossii-701514/> (Accessed: 12.08.2022).
25. Kak zhivetsya russkim v Kazahstane? Otkrovennoe interv'yū deputata. [How do Russians live in Kazakhstan? Candid interview of the deputy] 2022. – Available at: <https://rus.azattyq-ruhy.kz/interview/35167-kak-zhivetsia-russkim-v-kazahstane-otkrovennoe-interviu-deputata> (Accessed: 12.08.2022).
26. Total'naya demonizaciya: chto pishut o Rossii zapadnye SMI [Total demonization: what Western media write about Russia] 2022. – Available at: https://www.gazeta.ru/politics/2018/06/12_a_11793997.shtml?updated (Accessed: 13.08.2022).
27. Rossiya stala ugrozoy dlya Kazahstana i Belarusi [Russia has become a threat to Kazakhstan and Belarus] 2016. – Available at: <https://365info.kz/2016/10/kazahstan-pod-ugrozoy-amerikanskije-spetsialisty> (Accessed: 13.08.2022).
28. «Tyurkskij mir» protiv «russkogo mira» i spory vokrug Saule Omarovoj v SSHA ["Turkic world" against the "Russian world" and disputes around Saule Omarova in the USA] 2021. – Available at: <https://rus.azattyq.org/a/kazahstan-media-review-omarova-erdogan-turkic-world-russian-world/31570981.html> (Accessed: 13.08.2022).
29. Centr tyurkskogo mira – eto Rossiya [The center of the Turkic world is Russia] 2021. – Available at: <https://russianskz.info/politics/12619-centr-tjurkskogo-mira-jeto-rossija.html#:~:text=Konceptsiya%20russkogo%20mira%20podrazumevaet%20otvetstvennost',pantyurkizmom%20mozhno%20sravnit'%20ideologiyu%20panslavizma> (Accessed: 13.08.2022).
30. Adilova L.F., Adilov V.A., Smirnova M.V. Obraz Rossii v Kazahstane. Monografiya [Image of Russia in Kazakhstan. Monograph] (Ekslibris-Press, Moscow, 2011. 208 p.).
31. Rossiya i Kazahstan: problemy istorii [Russia and Kazakhstan: the problems of history] (Institut rossijskoj istorii RAN, Moscow, 2006. 420 p.).

Л.С. Ахметова

Әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті, Алматы, Қазақстан

БАҚ-тың түркі тақырыбы бойынша қалыптасқан Үлкен Алтай және Орталық Азия елдерінің әлеуметтік стереотиптерін талдау

Аңдатпа. Бұл зерттеудің мақсаты – бұқаралық ақпарат құралдарының хабарламаларының көмегімен қалыптасқан және дамуын жалғастыратын нақты, өзекті стереотиптерді белгілеу және анықтау, сондай-ақ алынған нәтижелерге сүйене отырып, осы стереотиптерді анықтау және түсіндіру, мүмкін болатын белгілерді белгілеу. олардың пайда болуымен және таралуымен күресу әдістері. Жұмыстың өзектілігі қазіргі мәдени, медиа және геосаяси жағдайға, қазіргі ақпараттық соғыстарға және орыстiлдi контенттi тұтынушылардың медиасауаттылығының төмен деңгейіне және соның салдарынан таңылған стереотиптерді бұрмаланған және бұрмаланған деп оңай қабылдауына байланысты. әлеуметтік топтар мен мемлекеттердің жеңілдетілген бейнелері. Зерттеудің мақсаты – Үлкен Алтай және Орталық Азия елдері тұрғындарының өзара мәдени, білім беру және ғылыми интеграция үдерісінің бөлігі ретінде медиа сауаттылық деңгейін дамыту қажеттілігі туралы түсінікті тарату.

Белгілі тұлғалар, бұқаралық ақпарат құралдары қалыптастырған түрлі, жағымды, жағымсыз, бейтарап стереотиптерді зерттеп, қоғамдағы стереотиптерге көзқарасты талдады. Жалпы тенденциялар Ба-

тыс елдерінде, Ресей Федерациясында және Қазақстан Республикасындағы әлеуметтік топтарға қатысты стереотиптік процестерде кездеседі. Әлеуметтік стереотиптердің пайда болуының салдары мемлекеттер мен әлеуметтік немесе этникалық топтардың имиджіне тікелей әсер ететіндіктен, бұқаралық ақпарат құралдарының осы бағыттағы жұмысын зерттеп, түзету қажеттілігі атап өтіледі. Халықтың медиа-сауаттылық деңгейін арттыру қажеттілігінің себептері, сондай-ақ Үлкен Алтай елдері арасындағы ғылыми және мәдени ынтымақтастықты, оның ішінде журналистика және қоғаммен байланыс салаларын дамыту бойынша жұмысты жалғастырудың маңыздылығы. олардың қызметін халық арасында барынша сапалы және кеңінен қамту үшін көрсетілген.

Түйін сөздер: медиасауаттылық, стереотиптер, түркі әлемі, медиа, бейне, Үлкен Алтай, Қазақстан Республикасы.

L.S. Akhmetova

Al-Farabi Kazakh National University, Almaty, Kazakhstan

Analysis of social stereotypes formed among residents of the countries of the Greater Altai and Central Asia by media publications on the Turkic subjects

Abstract. The objective of this study is to designate and identify real, relevant today stereotypes, formed and continuing to develop with the help of media messages, as well as, based on the results obtained, the definition and interpretation of these stereotypes, the designation of possible methods to combat their occurrence and spread. . The relevance of the work is due to the current cultural, media and geopolitical situation, the current information wars and the low level of media literacy of consumers of Russian-language content and, as a result, the easy perception of imposed stereotypes as distorted and simplified images of social groups and states. The purpose of the study is to spread the understanding of the need to develop the level of media literacy as part of the process of mutual cultural, educational and scientific integration between the inhabitants of the countries of the Greater Altai and Central Asia.

Studied various, positive, negative, neutral stereotypes formed by famous people, the media, analyzed the attitude towards stereotypes in society. General tendencies are found in the processes of stereotyping in relation to social groups in Western countries, the Russian Federation and the Republic of Kazakhstan. Since the consequence of the emergence of social stereotypes is a direct impact on the image of states and social or ethnic groups, the need to study and correct the work of the media in this direction is noted. The reasons for the need to increase the level of media literacy among the population, as well as the importance of continuing to work on the development of scientific and cultural cooperation between the countries of the Greater Altai, including in the field of journalism and public relations for the most high-quality and wide coverage of their activities among the population, are indicated.

Keywords: media literacy, stereotypes, Turkic world, media, image, Greater Altai, Republic of Kazakhstan.

Сведения об авторах:

Ахметова Л.С. – доктор исторических наук, профессор кафедры ЮНЕСКО по журналистике и коммуникации, Казахский национальный университет им. аль-Фараби, Алматы, Казахстан.

Akhmetova L.S. – Doctor of Historical Sciences, Professor of the UNESCO Chair in Journalism and Communication, al-Farabi Kazakh National University, Almaty, Kazakhstan.