

СТЕРЕОТИПІЗАЦІЯ ІСЛАМУ У МАС-МЕДІА

У статті Бутиріної М.В. «Стереотипізація ісламу у мас-медіа» висвітлюються особливості мас-медійної стереотипізації ісламу. Актуалізуються питання формування та функціонування етнорелігійних стереотипів.

Ключові слова: етнорелігійні стереотипи, мас-медіа, іслам, релігія, національна ідентичність.

Актуальність дослідження. Явище етнорелігійних стереотипів у медійному середовищі заслуговує на окремий розгляд як феномен, що характеризується специфічним способом утворення та значною впливовістю на функціонування соціуму. Вивчення етнорелігійних стереотипів зародилось у рамках соціологічного підходу і поступово виокремилось в особливу дослідницьку сферу, яка сьогодні активно опрацьовується релігієзнавцями, етнографами, культурологами, фольклористами, етнолінгвістами.

Дослідження змісту, процесів формування та легітимізації етнорелігійних стереотипних форм у мас-медіа дозволить розв'язати численні гострі питання у складному комплексі міжетнічних відносин, виявити характер етнічних ідентичностей, запобігти політичній та соціальній напруженості. Важливість ролі етнорелігійних стереотипів може бути у виражена, по-перше, з огляду на актуальну ситуацію зміни ідентичностей у пострадянському суспільстві (Є.І.Головаха, Н. В. Паніна), по-друге, в контексті існування поліваріантної системи ідентичностей (Н. Годзь, Н. Яблоновська) у межах кордонів сучасної України. «Історія породила чимало

* М.Бутиріна – доктор наук із соціальних комунікацій, зам. декана факультету журналістики Дніпропетровського університету.

релігійних стереотипів, завдяки яким відбулося конституювання і збереження етносів, націй, релігійних спільнот, конфесій. Разом з тим неконтрольоване панування, а особливо використання цих стереотипів в теорії і практиці суспільного та індивідуального буття, призвело до ускладнень у функціонуванні етнорелігійних спільнот, до їх боротьби, та навіть руйнації, в результаті чого зникли одні й з'явилися інші етноси, нації, релігії і церкви», – зауважує дослідниця Л.О.Филипович [Филипович Л. Українські релігійні стереотипи та їх вплив на процеси культурної ідентифікації сучасних українців: європейський та альтернативний вектори [електронний ресурс] / Л.Филипович // Доповідь на Міжнародну філософську конференцію «Європа: об'єднавчі процеси і християнські цінності», Львів, 27-28 лютого 2009 р. — Режим доступу до тексту : <http://www.risu.org.ua/ukr/study/religstudy/article;27763>].

Метою даної розвідки є висвітлення особливостей мас-медійної стереотипізації ісламського питання. **Об'єктом** дослідження є медіатизовані стереотипи ісламу. Звуження етнорелігійної сфери зумовлено надзвичайною тиражованістю й резонансністю означених стереотипів у глобалізованому медіа середовищі.

Основний зміст статті. Стереотипні форми складають значну частину проблематики досліджень відносин між «християнським Заходом» та «мусульманським Сходом». Подібна увага дослідників обумовлюється визнанням ролі стереотипів у погіршенні відносин між цивілізаціями та релігійними системами. Зокрема, питання впливу політичних конфліктів на формування стереотипних образів ісламу порушується у працях М.Батунського, Л.Гатагової, А.Малашенка. Проблема медіатизації стереотипів розробляється у працях П.Александрова, З.Гакаєва, С.Кусової-Чухо, В.Слінчук, Х.Ях'я. Серед вітчизняних розвідок, присвячених проблематиці етнорелігійних стереотипів, – праці С.Аледінової, О.Галенка, І.Дзюби.

Етнорелігійні стереотипи структурують культурний простір націй, виступають сигніфікатами націєтворчих факторів. Стереотипи, забобони, вірування, настанови реалізуються не лише у дискурсивних практиках неофіційного буденного спілкування, але й часто є змістом офіційних медіа дискурсів. Вони пронизують національну самосвідомість, яка реалізується у найрізноманітніших формах – від об'єктів масової культури до наукових розвідок та творів літератури. Як слушно зазначає І. Дзюба: «...національна культура – це не тільки твори професійного чи народного мистецтва, то вже її

вивершення, а її підґрунтя – це насамперед буденне життя слова і думки, незліченних душевних актів...» [Дзюба І. Між культурою і політикою / Нац. ун-т «Києво-Могилян. Акад.», Центр європ. гуманіт. досліджень / І. Дзюба ; [ред. М. Петровський]. — К. : Сфера, 1998. — 372, [1] с. — (Бібліотека журналу «Дух і літера» / Редкол.: М. Рябчук та ін.). — ISBN 966-7267-17-2. — С. 313].

Тривалий період панування есенціалістського розуміння ідентичності поступається у 1990-х роках новим баченням її як динамічного конструкту, що перманентно вибудовується-трансформується під впливом політичних чинників, медійної практики, а також планетарних факторів глобалізації й регіоналізації.

Явище стереотипізації відбиває актуальну тенденцію до посилення протиріч між соціальними відносинами й культурою соціальних суб'єктів. Сьогодні загострення конфлікту між соціальним (нормативним, легітимним, гомогенним на рівні певного суспільства) та культурним (творчим, стихійним та гетерогенним) відбувається, перш за все, у медійному середовищі. І часто саме медіатизація такого протистояння стає поштовхом для його ескалації, особливо тоді, коли йдеться про етнорелігійну складову. При визнанні факту інтегрованості релігії у культуру суспільство може бути розглянуте крізь призму властивого йому культурного конфлікту, як таке, що включає у себе етнорелігійні групи, котрі мають не тільки різні, але й часом взаємовиключні ціннісні орієнтації. В умовах глобалізованого інформаційного суспільства будь-які обмеження, що накладаються певною релігією, можуть у будь-який момент виявитися центральною темою, точкою відліку для дискусії в іншій етнорелігійній системі. Адже в інорелігійному середовищі такі заборони неодмінно стають предметом культурної та соціальної рефлексії, що набуває особливо значущих форм у медіа («справа про хіджаб», «карикатурний скандал» тощо).

Як відомо, вивчення медіаявищ у контексті «діалогу культур» було започатковане ще В.Біблером, який з цього приводу зазначав: «Розум культури актуалізується саме як розум спілкування логік, спілкування культур» [Библер В.С. От наукоучения – к логике культуры: Два философских введения в двадцать первый век / В. С. Библер. — М. : Политиздат, 1991. — 412 с. — ISBN 5-250-00739-2].

Слід також зазначити, що взаємодія двох чи кількох релігійних систем є завжди процесом створення, застосування чи руйнації стереотипів, оскільки у соціальній взаємодії люди керуються не адекватними уявленнями про носіїв

іншої культури, а тими неповними, ізоморфними або викривленими образами, які конструюються комунікантами з потрібних на поточний момент рис та компонентів.

Отже, якісні та морфологічні риси етнорелігійних стереотипів є, перш за все, віддзеркаленням уявлень та потреб суб'єктів стереотипізації, і лише, по-друге, властивостями об'єктів, які стереотипізуються. Дана група стереотипів, як підтверджують результати сучасних етнолінгвістичних і соціолінгвістичних досліджень, відіграє етнодиференціюючу роль, важливу для самоусвідомлення й самопізнання етносу у вигляді уявлень про «свій» та «чужий» народ, «свою» та «чужу» релігію, обрядовість та систему цінностей. У масовій культурі, для якої характерна буденна (наївна, народна) картина світу, ставлення до представників інших етносів багато в чому визначається поняттям етноцентризму, коли «свої» традиції, «своя» релігія, «свої» звичаї й «своя» мова мисляться як єдино «дійсні» й «правильні». Цікавою у цьому зв'язку є думка дослідниці О.В.Белової, яка вважає, що емоційна складова стереотипів виступає підґрунтям релігійного фундаменталізму [Белова О.В. Этнические стереотипы по данным языка и народной культуры славян (Этнолингвистическое исследование) : дис. на соискание учен. степени доктора филол. наук : спец. 10.02.03 / О. В. Белова. — М., 2006. — С. 25-36.]. На думку М. Рябчука, «суспільні стереотипи – це продукт складної взаємодії колективної свідомості і підсвідомості, тобто «ідеології» (в найширшому розумінні) та “колективного підсвідомого”» [Рябчук М. Від Малоросії до України: Парадокси запізненого націєтворення / М. Рябчук. — К., Критика, 2000. — 303 с. — Бібліогр. : С.296-298. — ISBN 966-7679-11-x. - С. 194–195].

Найбільшу репрезентативність у вітчизняному медіасередовищі має етнорелігійний стереотип ісламу – синкретичне утворення, в якому контекстуально увиразнюються етнічна або релігійна складова. Його актуалізацію традиційно пов'язують із пострадянською медійною практикою. В період релігійного ренесансу пильну увагу мас-медіа присвячували формуванню образів своєї релігії, «нових пострадянських віруючих». Поряд із ствердженням автентичної релігійної ідентичності українців створювався також негативний образ «чужої релігії».

За логікою контрастного мислення, характерною для формування стереотипів соціальної взаємодії, спочатку у свідомості закріплювалась негативна настанова, націлена на «не наше», а згодом вибудовувався і відповідний когнітивний базис. У повідомленнях мас-медіа концепт «іслам» пов'язувався із концептами «війна», «тероризм», «насилля». Через

журналістську неграмотність позиція екстремізму екстраполювалася на всю ісламську традицію. Сплеск ісламофобії, інспірованої політичними і медійними чинниками, прийшовся на кінець ХХ – початок ХХІ століть. І сьогодні, на жаль, можемо говорити лише про ескалацію міжетнічної напруженості, консервацію негативних стереотипних уявлень щодо ісламу, реалізацію установок у конкретних деструктивних діях.

Ретроспективний аналіз дозволив з'ясувати, що гетеростереотип ісламу має давню історію, яка вибудовувалася навколо типового сприйняття «Своїх» та «Чужих». На архаїчному рівні антагонічне ставлення до ісламу втілювалося у тривалому протистоянні степові, пізніше воно відбилось в опозиції «Європа – Азія». Негативний гетеростереотип підживлювався конфліктогенними прецедентами взаємодії з «ворогами», «поганцями», що накопичувалися й осідали в узагальненому досвіді предків. Цей осад і сьогодні визначає «налаштованість» генетичної пам'яті слов'ян щодо представників Сходу. Через високу ригідність гетеростереотип чинить потужний опір альтернативним фактам і когнітивним практикам, представленим у мас-медіа.

Термін «ісламофобія» почали широко застосовувати після публікації в 1997 році британським дослідницьким центром Runnymede Trust доповіді «Ісламофобія – виклик для всіх», де у вигляді характерних формул зображення ісламу в ЗМІ були наведені найбільш поширені стереотипи: ісламська культура є відсталою, статичною, ворожою до інакомислення, фундаменталістською, агресивною.

Потужним чинником для активізації ісламського стереотипу на когнітивному, афективному та поведінковому рівнях стали події 11 вересня. Гетеростереотип був легітимований в офіційному західному медіадискурсі, він набрав інструментального значення у реалізації зовнішньої політики західних країн. Вітчизняна медіаверсія подій «чорного вівторка» була лише відлунням загальноновизнаної у глобалізованому західному медіасередовищі американської версії висвітлення теракту.

І сьогодні мас-медіа відіграють одну з ключових ролей у конструюванні моральних панік щодо ісламської загрози, тиражуючи «катастрофічні» визначення ситуації й негативно марковані стереотипні образи «Чужих». Некоректним при цьому є залучення до реалізації медіаполітичних програм будь-яких «зручних» кримінальних ситуацій.

Спосіб висвітлення ісламської проблематики у мас-медіа можна визначити як політизацію релігії. Про це свідчать особливості риторики, яка застосовувалася, наприклад, для висвітлення недавніх кримських подій¹[1], що фігурували у медіа як «спалах ісламського екстремізму». Заступник голови ДУМУ «Умма» назвав офіційну версію інтерпретації подій «розігруванням ісламської карти в політичних цілях» і вказав на досить важливу для розуміння механізмів дестереотипізації передумову: в Україні нараховується близько двох відсотків мусульман, що дозволяє їм «багато чого знати один про одного» («День». – 2009. – № 202). Прозорість ісламського середовища унеможлиблює розповсюдження хибної або викривленої інформації щодо його представників. Тому вкрай необачним представляється приписування цьому середовищу нехарактерних для нього намірів і, що гірше, не належних йому суб'єктів.

З іншого боку, цілковита щільність ісламського середовища для решти громадян України створює умови для повідомлень ісламофобського характеру, активізації недовіри й упередженого ставлення до мусульман. Іслам в його субстанціональному й інституціональному вимірах лишається тією лакуною у свідомості українців, яка активно заповнюється мас-медійними конструктами. Утворення їх супроводжується процесами етнізації криміналітету, поєднання етнонімів із негативними смислообразами, спирається на традиції примордіалістського тлумачення етносу, згідно з яким властивості окремих членів етнорелігійних груп або етнічно маркованих ситуацій транслюються на етнос та його релігію у цілому.

На нашу думку, стереотипізація ісламського питання є не стільки наслідком певної позиції журналістів, представленої переважно афективним компонентом стереотипно-настановного комплексу, скільки результатом їх некомпетентності, підпорядкованості принципам буденного сприйняття. У медійній продукції зустрічаємо, зокрема, такі зразки релігійної неграмотності: «мусульманська церква» (мечеть), «ісламський Бог любові», «мусульманський бестселер» (Коран), «релігія, яку вважають найбільш войовничою» (запитання з кросворда).

Досить поширеною у вітчизняному медіасередовищі стає практика цитування й апелювання до позицій західних дослідників щодо ісламу. Так, посилаючись на авторитетного західного історика Льюїса, С.Сененко пише у

1[1] Йдеться про викриття і затримання кримськими правоохоронцями у жовтні 2009 року прибічників ісламістської організації «Ат–Такфір валь–Хіджра».

«Дзеркалі тижня»: «Головним гальмом на шляху відродження ісламського світу на сучасному етапі є недотримання принципу відділення церкви (!) від держави», або «більшість неприємностей у мусульманському світі породжує брак свободи: свободи розуму від догматичних обмежень, свободи економіки від корупції та позаекономічних методів управління, свободи жінок від чоловічого домінування, свободи громадян від тиранії...» («ДТ». – 2004. – № 27). Ще більш негативні, образливі конотації містяться у пропонованій Н.Сняданко «рефлексії» на роман М.Уельбека «Платформа». У публікації наводяться розгорнуті цитати з цієї скандальної книги, на кшталт: «Іслам народився посеред самої пустелі, серед скорпіонів, верблюдів та всіляких хижаків. Знаєте, як я називаю мусульман? Нікчемами Сахари. Тільки на таку назву вони і заслуговують» («ДТ». – 2004. – № 15).

Наведені судження профанують одну зі світових релігій, таврують її носіїв. Подібні матеріали не можуть не завдавати шкоди етноконфесійним відносинам в Україні, тим більше, що вони публікуються у провідному якісному виданні.

Стереотипізація ісламу проявляється також у створенні таких усталених смислових зчеплень, як «іслам – загроза стабільності Європи», «кримський іслам – друга Чечня», «іслам – тероризм». До їхньої актуалізації у масовій свідомості призводить не дистанційоване від ісламу висвітлення діяльності терористичних організацій, зокрема, «Аль-Каїди»^{2[2]}; подання інформації про теракти тощо. Стереотипізуючи іслам, медіа йдуть за тими, хто використовує релігійні гасла для досягнення політичних цілей.

Характерним це є також для мас-медійної репрезентації кримського ісламу, який часто подається як прояв загальносвітового ісламського наступу.

Часто вживаним прийомом стереотипотворення тут є так зване «наклеювання ярликів» («В Україні теж є своє потенційне Косово» (Українська правда. — 2008. — 20 лютого); «У Криму може бути друга Чечня» (Газета по-українськи. — 2007. — 17 грудня)), яке полегшує масовій аудиторії процес оцінювання подій шляхом згадування прецедентних фактів та явищ. Ярлик як засіб дискредитації окремої людини чи цілої етнорелігійної групи діє за

^{2[2]} «Дзеркало тижня» цитує командуючого операціями «Аль-Каїди» в Афганістані Мустафи Абу аль-Язіда, який наголошує, що «„Аль-Каїда” планує не лише захопити ядерну зброю Пакистану, а й, «коли на те буде воля Аллаха, то мусульмани застосують її проти американців» («ДТ». – 2009. - № 26).

допомогою спрощеної дефініції, яка наголошує на одній характерній ознаці. Ця ознака нівелює багатогранність поняття, звужує його зміст, програмує певне сприйняття.

Етнодиференціюючі матеріали частіше з'являються напередодні резонансних подій – на початку курортного сезону, акцій протесту кримських татар, приїзду посадовців. У дослідженні кримського інформаційного дискурсу А. Смагіна пише: «„Міфологізація” кримської теми, роздмухування теми міжетнічних відносин зміцнює вже сформовані упередження в розумінні загальної ситуації, усталює класичний стереотип щодо розмежування на «своїх» і «чужих». Ці негативні міфологеми досить плідно експлуатують вітчизняні та зарубіжні політики, що дозволяє їм постійно тримати Крим у напруженні. Подолати такі стереотипи не можна за один день, тут потрібні виважена державна політика, активна співпраця з громадянським суспільством, заходи, які поступово виробляють суспільний імунітет до такого роду провокацій...» (цит. за [Семена М. Френсіс Фукуяма і кримський інформаційний простір / М. Семена // Кримські студії. — 2007. — № 1-2. — С. 28-36]).

У дослідженнях Центру інформації та документації кримських татар, одним із завдань якого є моніторинг української преси, застосовується словосполучення «кримські інформаційні війни», що дозволяє дослідникам говорити про технологічність і певну спрямованість масово-комунікаційного дискурсу. «Сюжети нинішніх інформаційних вкидань витримано здебільшого в єдиній тональності, – зазначає М. Семена, – це хроніка процесу поглиблення протиріч між «слов'янським і татарським населенням» з огляду на «неабияке поширення радикальних ісламістських течій у Криму», «розквіт у Криму вахабізму», «перманентні акції протесту кримських татар», «сприяння з боку кримських татар розміщенню баз чеченських терористів», «безвладдя на півострові» тощо» [Семена М. Френсіс Фукуяма і кримський інформаційний простір / М. Семена // Кримські студії. — 2007. — № 1-2. — С. 28-36].

Таким чином, у масову свідомість наполегливо вкорінюється уявлення про нібито непримиренні етнічні та релігійні суперечності між слов'янською більшістю півострова і кримськими татарами, що, на думку С.Н.Аледінової є «головною парадигмою етнополітичного конфлікту» [*Аледінова С.Н.* Ісламський чинник у Криму [електронний ресурс] // Актуальні питання масової комунікації. — вип. 3. — Режим доступу до журн. : <http://journlib.univ.kiev.ua/index.php?act=book.index&book=31>], а також інваріантною основою для формування конфліктогенних стереотипів про кримський іслам.

Конфліктність медіадискурсу кримсько-татарської тематики набирає особливої гостроти також тому, що кожна спільнота, яка мешкає на півострові, прочитує його, спираючись на різні фонові знання: «російсько-православна

спільнота читає цей текст відповідно до ситуації, яка склалася до кінця 1980-х років, кримськотатарська – на тлі уявлень про ситуацію до депортації або навіть часів Кримського ханства» [Исламская идентичность в Украине / [А. В. Богомолов, С. И. Данилов, И. Н. Семиволос, Г. М. Яворская]; [пер. с укр.] — [изд. 2-е, доп.] — К. : ИД «Стилос», 2006 — 200 с. — ISBN 966-8518-454. — С. 97]. Цілком очевидно, що від способу висвітлення кримсько-татарської проблематики у мас-медіа залежить формування як авто- так і гетеростереотипів етнорелігійної свідомості.

Висновки. Таким чином, доходимо висновку, що для стереотипізації ісламу у мас-медіа характерними є інституціоналізація, політизація й десакралізація релігії; викривлення засадних її положень; актуалізація упередженого ставлення до мусульман, що негативно позначається на міжконфесійних відносинах в Україні. Типовим для медіа є недиференційоване подання релігії в аспекті духовності людини та в розрізі ззовні нав'язаних їй спекулятивних політичних претензій.

А н о т а ц і ї

В статье Бутыриной М.В. «Стереотипизация ислама в масс-медиа» освещаются особенности масс-медийной стереотипизации ислама. Актуализируются вопросы формирования и функционирования этнорелигиозных стереотипов.

Ключевые слова: этнорелигиозные стереотипы, масс-медиа, ислам, религия, национальная идентичность.

The problem of mass media stereotype formation of Islamic theme is under study in the thesis by **M.Butyrina “Stereotyping of Islam in Mass-media”**. The factors and conditions of ethnical and religious stereotype formation are researched here.

Key-words: ethnic and religious stereotypes, mass-media, religion, Islam, national identity.
