**Роль социальных сетей в формировании культурных стереотипов**

***Тузова Екатерина Сергеевна***

*студентка 2-го курса*

*Российский Университет Транспорта (МИИТ), Институт экономики и финансов, кафедра «Лингвистика», Москва, Россия*

*E-mail: [tuzovak33@yandex.ru](mailto:tuzovak33@yandex.ru)*

Язык играет решающую роль в формировании нашего восприятия мира и нашего понимания общества и различных культур. Это не только средство общения, но и мощный инструмент, который отражает и влияет на социальные, культурные и политические реалии. По словам С.Г Тер-Минасовой окружающий мир человека представлен в трех формах: «реальная картина мира, культурная картина мира и языковая картина мира» [4]. У каждой картины мира есть свои национальные, культурные, специфические особенности, которые отражаются в языке. Важным аспектом идентичности и самосознания определенной этнической группы является национальный характер.

По мнению Серебряковой Ю.А., «национальный характер есть не что иное, как некая совокупность, эмоционально-чувственных проявлений, выражаемая в ментальности, культуре и психологии определенного народа или этноса» [3]. Исследователи включают в структуру национального характера особенности темперамента, выражения эмоций, чувств, традиций и стереотипов. Стереотипизация регулярно встречается в межкультурной коммуникации, так как чаще всего мы судим о чужом национальном характере по стереотипам. Социальные сети, с преобладающим визуальным контентом, формируют клиповое мышление, которое приводит к появлению еще большего количества стереотипов.

Стереотипы являются упрощенными и обобщенными представлениями группы людей или нации. Они часто основаны на предвзятых представлениях, смещениях и заблуждениях. И, хотя, в большинстве культур стереотипы воспринимаются негативно, С.Г. Тер-Минасова отмечает, что это лишь понимание с точки зрения межкультурного конфликта. На самом деле, «при всем своем схематизме и обобщенности стереотипные представления о других народах и других культурах подготавливают к столкновению с чужой культурой, ослабляют удар, снижают культурный шок» [2]. Существует несколько видов стереотипов: автостереотипы, гетеростереотипы и переносные гетеростереотипы. В нашей работе мы рассмотрели такие стереотипы о русской культуре на примере популярных на сегодняшний день трендов в социальных сетях, таких как «Slavic Girl».

В нашей работе мы рассмотрели, как стереотипы могут формировать и подкреплять такое явление, как «cancel culture», а также противодействовать ему. Суть стереотипа в сжатом представлении информации о нации, что коррелирует с идеей клипового мышления, к которому склонны наши современники. Феномен «cancel culture» в СМИ подкрепляется давно известными негативными стереотипами о русских, такими как «водка». В качестве аргумента можно привести выдержку из газеты: «Можно пересчитать по пальцам одной руки западные фильмы, в которых русские герои не пьют водку в астрономических количествах, демонстрируя свою непоколебимость и силу характера» [1]. Долгое время главной ассоциацией с русской культурой, как с чертой национального характера является и агрессивность, воинственность, непредсказуемость. Этот стереотип укоренился в сознании иностранцев, в особенности в западной культуре. На это повлияли различные факторы: исторические события, политические процессы и культурные достижения. История России наполнена различными военными конфликтами, холодным климатом и политической нестабильностью, что предопределило понимание нашего национального характера иностранцами.

Россия имеет богатую историю в области военной техники и военных изобретений. Некоторые из самых известных и широко используемых русских военных изобретений включают в себя: Автомат Калашникова, реактивная система залпового огня «Катюша», Танк Т-34 - один из самых знаменитых танков Второй мировой войны и многое другое, что так же повлияло на укоренение данного стереотипа в сознании многих людей. Доказательством тому, служат заимствования из русского в английский, таких слов, как «kalashnikov», «Molotov», «pogrom», «russian roulette» и тд. Всё это в совокупности применяется в СМИ для формирования негативного представления о нашей стране.

Однако, стереотипы могут стать также и инструментом влияния в СМИ для противодействия негативному представлению нации. В 2023 году в интернете стал стремительно набирать популярность тренд под названием «Slavic girl» или, как его еще называют некоторые иностранцы, «светланакор». Само название «Slavic girl» можно перевести как «стиль славянской девушки». Тренд подразумевает под собой зимний образ богатой русской девушки, которая демонстрирует свой достаток при помощи меховой одежды. Основными атрибутами данного тренда являются меховые шапки и шубы в дополнении с различными украшениями, сумками и высокими каблуками, а также с красной икрой. Сайт Wonderzin критикует этот мировой тренд на образ slavic girl, который завирусился под песню Кати Лель. На фоне «отмены русской культуры» такой всплеск интереса достаточно неожиданный. Как пишет новостной портал Readovka, «если современная Россия в глазах мира — это нефть (и это не совсем справедливо), то исторически Россия — это мех» [6]. И это действительно так, язык отражает это в своих заимствованиях таких, как «shuba», «karakul», «sables».

В настоящее время на пике популярности в мировых чартах трек «Russian girl», который олицетворяет образ русской девушки. Автор песни, Женя Любич, написала её во время работы в Европе. Столкнувшись со множеством межнациональных различий и недопониманий, она решила, что «юмор и самоирония помогают» в преодолении таких ситуаций. Текст песни, дополненный визуальным рядом клипа, гиперболизирует гетеростереотипы о русских, тем самым высмеивая их и делая абсурдными, заставляя задуматься о глубинных чертах русского характера, выдвигая на передний план автостереотипы. Интересно это и тем, что такая идея откликнулась в других культурах, например, представители разных стран изменяют некоторые слова данной песни, создавая образ девушки, характерной для своей культуры.

Таким образом, стереотипы, с одной стороны, содержат гиперболизированную квинтэссенцию знаний о национальных особенностях, которая может повлечь дискриминацию. С другой стороны, они могут стать инструментом формирования в СМИ позитивного образа культуры. В век клипового мышления, когда информация передается и воспринимается в мгновенном режиме, правильное продвижение стереотипов становится очень важным.

**Литература**

1. Какими Запад показывает русских. — Текст : электронный // Газета.ru : [сайт]. — URL: (дата обращения: 15.02.2024).
2. Лимонова, Е. В. Стереотипы и их роль в межкультурной коммуникации / Е. В. Лимонова, Л. В. Новикова. — Текст : непосредственный // Студенческий научный форум. — 2017. — № . — С. .
3. Мункуева, Р. Б. Понятие национального характера / Р. Б. Мункуева, Ю. А. Серебрякова. — Текст : непосредственный // Вестник Бурятского Государственного Университета . — 2018. — № 3. — С. 32-36.
4. Тер-Минасова С.г. Язык и межкультурная коммуникация. - М.: Слово, 2000. - 173 с.
5. Тренд «ТикТока» Slavic girl. — Текст : электронный // Известия : [сайт]. — URL: (дата обращения: 15.02.2024).
6. Россия—это роскошь и сила. — Текст : электронный // Лента новостей Крыма : [сайт]. — URL: (дата обращения: 15.02.2024).