

Шифр «Гетеростереотип»

**МОДЕЛЮВАННЯ НАЦІОНАЛЬНИХ ГЕТЕРОСТЕРЕОТИПІВ У МАС-
МЕДІЙНОМУ ДИСКУРСІ
(НА МАТЕРІАЛІ ІНТЕРНЕТ-ВИДАНЬ І СОЦМЕРЕЖ)**

ЗМІСТ

Вступ.....	3
Розділ 1. Національні гетеростереотипи: формування й функціонування поняття.....	6
1.1. Виникнення понять стереотипу й стереотипізації.....	6
1.2. Національні стереотипи: загальна характеристика і причини виникнення.....	9
1.3. Типи національних стереотипів: автостереотипи і гетеростереотипи.....	11
Розділ 2. Моделювання національного гетеростереотипу сприйняття ромів в електронних ЗМІ.....	14
2.1. Лексико-граматичні засоби репрезентації національних гетеростереотипів у ЗМІ.....	14
2.2. Моделювання стереотипного уявлення про ромів у ЗМІ.....	17
Розділ 3. Моделювання національного гетеростереотипу сприйняття ромів у дописах і коментарях користувачів соцмережі.....	20
3.1. Негативно оцінні компоненти стереотипного уявлення про ромів у соцмережах.....	20
3.2. Позитивно оцінні компоненти стереотипного уявлення про ромів у соцмережах.....	24
Висновки.....	28
Список використаних джерел.....	31

ВСТУП

Актуальні процеси в інформаційному просторі є віддзеркаленням загальних тенденцій, що панують у політиці, ідеології і культурі, зокрема це стосується процесів мультикультурності, глобалізації й інтеграції представників різних етносів і культур. Сформоване в межах однієї лінгвокультурної спільноти позитивне або негативне ставлення до представників іншої може бути зумовлене економічними, історичними, культурними причинами, зокрема конфліктами в минулому, що знаходить своє відображення у мові. Незважаючи на декларування загальнолюдських цінностей, толерантність і мультикультурність, що зумовлює пріоритетне формування таких цінностей, як повагу до представників інших мов і культур, у сучасному українському соціумі спостерігаємо парадоксальну ситуацію: з одного боку, офіційні ЗМІ, зокрема телерадіоканали й електронні періодичні видання формують толерантне ставлення в читачів до представників інших мов і культур, зокрема прибулих до України з інших держав, а з іншого боку – пересічні громадяни висловлюються досить негативно на адресу представників окремих етносів, що представлено в дописах і коментарях у соціальних мережах.

Актуальність роботи зумовлена потребою дослідження стереотипного ставлення носіїв української мови і лінгвоментальності до представників інших етносів, відображеного в офіційних ЗМІ й соціальних мережах. Відсутність кореляція між репрезентативними формами гетеростереотипів у цьому разі потребує вивчення причин і наслідків такої ситуації, що стає можливим під час аналізу публікацій в масмедійному просторі мережевої комунікації. Ставлення представників української лінгвокультури до тих, хто значно відрізняється, але живе поруч, досить суперечливе. Якщо офіційна позиція держави схиляється до толерантності, пересічні громадяни країни

мають особливий погляд щодо інших національностей і можливостей співіснування з ними на території України.

Ми обрали для аналізу представників етносу, що не має власної державності, але є досить давнім народом і належить до численних національних меншин в Україні, – це роми (цигани). Умови життя ромів, зумовлені специфікою їх культури й історії, значно відрізняються від сформованих в українській культурі й наявних в українському суспільстві: кочовий спосіб життя, небажання офіційно працевлаштовуватися, схильність до кримінальної діяльності, зверхнє ставлення до громадян України, – все це є підґрунтям для конфліктів між ромами та іншими етносами. Тривале культурне протистояння спричинило досить специфічне ставлення до ромів, що відбивається в переважно негативних оцінках й агресивних коментарях на адресу представників цього етносу, який пересічні громадяни називають не за самоназвою – ромами, а циганами.

Мета роботи – дослідити вербальні репрезентації національних гетеростереотипів, наявних в українській лінгвокультурі, на матеріалі повідомлень в електронних ЗМІ і відкритих дописів в соціальній мережі Facebook.

Мета зумовила розв’язання наступних **завдань**:

- 1) визначити поняття стереотипу і стереотипізації й окреслити специфіку національних стереотипів;
- 2) виявити відмінності автостереотипів і гетеростереотипів у сприйнятті національних характеристик – культури, історії, мови тощо;
- 3) проаналізувати репрезентацію уявлень українців про етнічну ромську групу в публікаціях електронних ЗМІ і соціальній мережі Facebook;
- 4) виявити основні вербальні маркери репрезентації національних гетестереотипів у масмедійному просторі України;
- 5) створити модель вербальних маркерів стереотипного сприйняття представників ромської національності носіями української мови.

Об'єктом дослідження є національні гетеростереотипи, наявні у лінгвокультурі носіїв української мови; *предмет дослідження* – вербальні маркери національних гетеростереотипів українців щодо представників ромської національності.

Матеріалом для дослідження слугували матеріали електронних ЗМІ «Українська правда», «Дзеркало тижня», «ВВС», «УкрІнформ», «Громадське», «Суспільне око», «Громадський простір», «Вголос» та інших за період 2015–2019 роки; дописи і коментарі українськомовних користувачів соціальної мережі Facebook за 2018–2019 роки.

У роботі ми послуговувалися наступними *методами*: загальнонауковими методами *спостереження* й *узагальнення* для опрацювання теоретичних джерел й визначення поняття стереотипізації, національних стереотипів і гетеростереотипів; *описовий* метод був підпорядкований характерниці зібраного матеріалу; метод *контекстуального аналізу* прислужився для з'ясування особливостей функціонування маркерів національних гетеростереотипів в текстах електронних ЗМІ; *метод дискурсивного аналізу* використано під час дослідження дописів і коментарів користувачів соціальної мережі Facebook; метод лінгвістичного моделювання було використано для створення моделі національного гетеростереотипу сприйняття носіями української мови представників іншого етносу.

РОЗДІЛ 1

НАЦІОНАЛЬНІ ГЕТЕРОСТЕРЕОТИПИ: ФОРМУВАННЯ Й ФУНКЦІОНУВАННЯ ПОНЯТТЯ

1.1. Виникнення понять стереотипу й стереотипізації

Поняття «стереотип» вперше застосував американський журналіст і соціолог У. Ліпман в своїй роботі «Суспільна думка» (1922 р.) і визначив його як «упорядкований, схематичний, детермінований культурою образ світу, що склався у свідомості індивіда, який активно впливає на сприйняття людей та подій» [31, с. 59].

Різні автори по-різному визначають поняття стереотипу: як «ворожу настанову щодо етнічної групи або її членів» [3, с. 45]; як «несприятливу настанову до об'єкта, яка має тенденцію бути вкрай стереотипізованою, емоційно зарядженою і нелегко піддається зміні під впливом протилежної інформації» [6, с. 37], як «негативна, несприятлива настанова стосовно групи або її індивідуальних членів; вона характеризується стереотипними переконаннями; настанова впливає переважно з внутрішніх процесів свого носія, ніж з фактичної перевірки властивостей групи, про яку йде мова» [45, с. 111].

Доцільно розглянути поняття «стереотип» у співвідношенні з близькими за значенням категоріями настанови, упередження і забобонів. Р. Солдатова розглядає ці поняття у межах міжетнічних настановних утворень, які «містять емоційно-оцінювальне ставлення до різних етнічних груп і характеризують рівень готовності до відповідних поведінкових реакцій у міжетнічному спілкуванні» [51, с. 44]. Етнічний стереотип, на думку дослідника, це «в першу чергу, «культурне» утворення, природне і неминуче до тих пір, поки існуватимуть народи і етнічні групи» [51, с. 45]. Зважаючи на це, упередження і забобон – це здебільшого «соціальні» настанови: їх формування значною мірою залежить від конкретної суспільно-історичної

ситуації» [51, с. 36]. Упередження характеризується негативним емоційним зарядом і «відповідає таким формам поведінки як уникнення спілкування або ухилення від міжетнічних контактів в певних сферах життєдіяльності» [51, с. 38]. Забобон відповідно відрізняє велика концентрація негативних емоцій, «надмірне вихваляння досягнень і якостей своєї нації у поєднанні із зарозумілим відношенням і неприязню до інших народів» [33, с. 36]. Забобон у реальній поведінці вже не обмежується стратегією уникнення, а виявляється в конкретних вчинках дискримінативного характеру. І. Кон розглядає настанову як «певний напрям особистості, стан готовності, тенденцію до певної діяльності, здатної задовольнити якісь потреби людини» [21, с. 15]. З огляду на це настанова є нібито певною точкою зору або призмою, через яку людина розглядає світ і події, що відбуваються в ньому. Як відзначає Е. Рогов, «настанови формують стиль відношення людини до ситуацій з яскраво вираженим етнічним контекстом і створюють психологічну базу для відповідної поведінки в етнонапруженій ситуації» [44, с. 40].

Згідно з І. Коном, настанова пов'язана з певною системою очікувань і еталонів, порівняно з якими ми розглядаємо будь-яке явище. Стереотип, у свою чергу, є вже сформованим виявом тієї або іншої соціальної настанови щодо певного явища. І. Кон розглядає стереотип як «невід'ємний елемент буденної свідомості» що допомагає індивідові «орієнтуватися в житті» і «направляє його поведінку» [21, с. 15]. Неминучість стереотипізації І. Кон пояснює універсальністю схильності людей розглядати явища чужої культури крізь призму культурних традицій і цінностей власного народу (явище етноцентризму). Сам по собі етноцентризм не небезпечний; проблема виникає тоді, коли реальні або уявні відмінності між людьми зводяться в абсолют і перетворюються на негативну або навіть ворожу настанову відносно іншого народу, яку І. Кон визначає як етнічне упередження [21, с. 36]. Стереотипи і упередження автор відносить не стільки до явищ

психологічних, скільки соціальних: «Щоб зрозуміти природу етнічних упереджень, потрібно вивчати не стільки упереджену людину, скільки суспільство, що породжує його» [21, с. 15]. Отже, стереотипи – емоційно забарвлені образи, які передають значення, наявні у свідомості людей, та поєднують у собі елементи опису, оцінки і розпорядження. Разом з тим, стереотип – це не просто образ, але «стандартизований», спрощений образ певного явища дійсності, це схема, що лише фіксує деякі риси явища, що іноді не існують, проте приписуються йому суб'єктивно. Результатом стереотипізації є спрощене, схематичне, іноді близьке до справжнього знання, іноді спотворене уявлення про дійсність, яке виступає як своєрідний психологічний бар'єр на шляху до його подальшого пізнання [48, с. 55].

Стереотипи зазвичай некритично засвоюються людиною під впливом його соціального оточення [55, с. 36]. Явище стереотипізації, незважаючи на всі недоліки, зберігається, тому що воно позбавляє людину від необхідності творчо переробляти всі враження від оточуючого людину фізичного і соціального середовища. Без стереотипізації людям довелося б детально інтерпретувати кожен новий факт, кожную ситуацію, неначебто вони не мали ніякого життєвого досвіду.

Основним різновидом стереотипів, які розглядав ще У. Ліппман, є соціальний стереотип [31, с. 23]. Соціальний стереотип – це спрощене, часто схематичне і хибне, спотворене знання про людей, при цьому надмірно узагальнювальне. Саме в межах соціальних стереотипів розглядають поняття національного (етнічного) стереотипу. Сприйняття різних народів має певні відмінності, які визначаються особливостями національного характеру, етнічною ментальністю, системою цінностей, соціальними нормами і еталонами, структурою національної свідомості, етнічної картини світу тощо. Ці відмінності сформувалися під впливом природних умов, історичних подій, релігійних вірувань тощо.

1.2. Національні стереотипи: загальна характеристика і причини виникнення

Кожна етнічна група (плем'я, народність, нація, будь-яка група людей, пов'язана спільністю походження і відмінна за певними рисами від інших людських груп) має групову самосвідомість, яка фіксує її, – дійсні й уявні – специфічні риси.

Уперше поняття національного стереотипу було вивчено американськими вченими, які вже давно і ґрунтовно досліджують ці проблеми, зокрема проблеми расових і етнічних стереотипів [17, с. 32]. Зрозуміло, в різних країнах ці проблеми мають різний характер. Деякі автори більше цікавляться расовими відносинами, деякі – етнічними питаннями.

Національні стереотипи утворюють національну картину світу. Національна картина світу – єдина когнітивна орієнтація, фактично невербалізоване, імпліцитне вираження розуміння членами кожного суспільства, у тому числі й етнічної спільності, «правил життя», продиктованих соціальними, природними і «надприродними» силами [46, с. 51]. Сприйняття народом світу залежить від національних настанов, під якими розуміють готовність особи сприймати ті або інші явища національного життя і міжетнічних відносин і відповідно до цього сприйняття діяти певним чином у конкретній ситуації [52, с.167]. Національні настанови фокусують переконання, погляди, думки людей щодо історії і сучасного життя їх етнічної спільності і взаємозв'язків з іншими народами, людьми інших національностей. Сприйняття світу представниками певної нації залежить від національної психології, компонентами якої є національний характер і темперамент, національне почуття, національна самосвідомість, особливості складу розуму, звичаї, традиції.

Коротко оглянемо походження етнічних стереотипів. У первісному суспільстві сфера спілкування між людьми була обмежена рамками свого племені. Люди з інших племен сприймалися як далека, ворожа сила.

Розширення міжплемінних зв'язків, поява обміну тощо збагатили уявлення людини про саму себе. Усвідомити специфіку власної етнічної групи люди могли тільки через зіставлення і протиставлення її іншим. Це було не споглядальне зіставлення якостей, а живий процес спілкування, напружений і конфліктний [36, с. 89]. Групова самосвідомість закріплювала і цементувала єдність племені, племінного союзу, народності перед обличчям усіх навколишніх. Кожна людина (як і кожний етнос) сприймає світ крізь призму власного менталітету. Це явище в психології називається «ефект призми» [32, с. 34]. Національні особливості сприйняття зафіксовано й у ментальності українців. На думку фахівців, українському менталітету притаманні такі чотири системоутворювальні ознаки: концентрація на фактах, проблемах внутрішнього, особово-індивідуального світу; сентиментальність, чутливість, емпатія, прояви любові до природи, естетизм народного побуту; анархічний індивідуалізм, прагнення до особистої свободи з відсутністю організації, стійкості і дисципліни; домінування емоцій і почуттів над волею і інтелектом [33, с. 71].

К. Юнг зробив спробу класифікувати різні народи за психологічними функціями, такими, як мислення, емоції, відчуття, інтуїція [57, с. 23–45]. Якщо домінує якась одна функція, вона визначає психологічний тип нації: розумовий, емоційний, сенсорний, інтуїтивний. Кожен з них, до того ж, може бути інтровертним або ж екстравертним залежно від поведінки відносно об'єкта. Екстравертний тип: зверненість особи (етносу) до оточуючого світу. Інтровертний тип: фіксація інтересів особи (етносу) на явищах власного внутрішнього світу, яким вона надає вищу цінність. На думку К. Юнга, на сході живуть, наприклад, інтровертні раси, спрямовані на свій внутрішній світ. Основна психічна функція, притаманна монголоїдам, – це, як правило, інтуїція. К. Юнг класифікує етнічні спільноти наступним чином: китайці – чуттєві інтроверти; японці – інтуїтивні інтроверти; араби – розумові інтроверти; американці – розумові екстраверти; англійці – чуттєві

інтроверти; французи – чуттєві екстраверти; італійці – чуттєві екстраверти; норвежці, шведи – чуттєві інтроверти тощо [57, с. 87–92].

Етноси відрізняються між собою не тільки мовою, культурою, психічним складом, але й невербальними засобами спілкування, серед яких жести, міміка, інтонація, паузи, поза, погляд тощо. Кожна етнічна група має свій стереотипний набір невербальних реакцій на ті або інші подразники, що може призвести до певних непорозумінь у процесі їх сприйняття представниками інших етносів. Так, народи з екстравертною психологічною настановою (італійці, іспанці, африканці, американці) дотримуються дальньої дистанції в спілкуванні, використовують прямий погляд в обличчя співрозмовника, часто до нього торкаються. Народи з інтровертною настановою (китайці, японці, англійці, німці) використовують, навпаки, ближню дистанцію, проте уникають дотиків і прямих поглядів співрозмовника [57, с. 94].

Етнічні стереотипи – це відносно стійкі уявлення про моральні, розумові, фізичні якості, властиві представникам різних етнічних спільнот. Це схематизований, спрощений, емоційно забарвлений образ певної етнічної спільноти, який поширюється як типовий на кожного її представника.

1.3. Типи національних стереотипів: автостереотипи і гетеростереотипи

У структурі етнічних стереотипів прийнято розрізняти авто- і гетеростереотипи [33, с. 67]. Автостереотипи є уявленням про типові риси члена своєї національної (етнічної) спільноти та емоційно-ціннісне ставлення до них [33, с. 68]. О. Рогов, вважає що самооцінка ніколи не відповідає істині, бо об'єктивна картина свого народу великою мірою абстрактна, мінлива і неможлива для чіткого окреслення [44, с. 5]. Автостереотип також не є помилкою, бо впливає на поведінку і мислення свого народу, який несвідомо підтверджує висловлені очікування. Переважно стереотип свого народу

складається, перш за все, з позитивних рис, і меншою мірою – з негативних. Наприклад, поляки вважають англійців скупими, себе ж – ощадними; українці вважають росіян ледачими, а себе – повільними.

Кожен народ має певні стереотипні уявлення не лише про «інших» (передусім про сусідів), а й про самого себе. Цей автостереотип ніколи не буває точним хоча б тому, що «реальний» образ народу – це теж певна абстракція, доволі невизначена, мінлива і невіддатлива на дослідження прецизійними методами. Але він не буває також абсолютно хибним хоча б тому, що справляє зворотний вплив на поведінку, на «реальний» образ народу, котрий свідомо чи підсвідомо підстосовується до свого уявного образу. Як правило, автостереотип кожного народу у поміркованих дозах поєднує позитивні і негативні риси, зрозуміло, з переважанням позитивних. У розвиненому народі позитивні риси не ведуть до абсолютизації і некритичної самолюбіві, а негативні не ведуть до ненависті й відкинення своєї тотожності. Автостереотип має як правило, напівсерйозний – напівгумористичний характер [33, с. 78].

Гетеростереотипи – це сукупність оцінних думок про інші народи, які можуть бути як позитивними, так і негативними, залежно від історичного досвіду взаємодії даних народів [33, с. 68]. Гетеростереотипи, окрім позитивного, можуть мати негативне забарвлення, що часто додає інформацію не так про їх об'єкт, як про носіїв відповідних уявлень про «іншого». Етнічний стереотип може більш менш правильно й об'єктивно віддзеркалювати особливості іншого етносу, але й може бути наслідком етнічної упередженості, і тоді він більш достеменно характеризує сутність етносу «оцінювача», аніж об'єкт його оцінки. У стереотипах чужих народів негативні риси є надмірно яскравими, а позитивні мінімалізовані [27, с. 114].

Роль міжетнічних взаємодій у формуванні і функціонуванні стереотипів можна виявити лише з урахуванням характеру цих відносин, їх соціально обумовлених форм: співпраці або суперництва, домінування або

підпорядкування. Саме від їх характеру залежить спрямованість і ступінь сприятливості стереотипів. Було виявлено, що автостереотипи, як правило, сприятливіші, ніж гетеростереотипи [6, с. 56]. Проте на тлі загальної тенденції трапляються і зворотні явища, головною причиною виникнення яких є відмінність у соціальному статусі груп: нерівність у політичних, економічних і інших відносинах. Зважаючи на це, походження етнічних стереотипів глибоко вкорінене в історичній пам'яті народу, і їх стійкість забезпечується передачею з покоління в покоління у формі фольклору, епосу, літописних і літературних пам'яток.

Узагальнюючи сказане, доцільно відзначити, що етнічні стереотипи детерміновані, по-перше, реальними специфічними рисами групи, що стереотипізується; по-друге, специфікою заломлення цих рис через апарат сприйняття стереотипізуючої групи; по-третє, всім комплексом економічних, політичних і культурних взаємин груп, що піддаються стереотипізації.

РОЗДІЛ 2

МОДЕЛЮВАННЯ НАЦІОНАЛЬНОГО ГЕТЕРОСТЕРЕОТИПУ СПРИЙНЯТТЯ РОМІВ В ЕЛЕКТРОННИХ ЗМІ

2.1. Лексико-граматичні засоби репрезентації національних гетеростереотипів у ЗМІ

Розглянемо основні вербальні маркери зображення представників ромського етносу і ромів загалом в українських електронних ЗМІ. Насамперед вербальні маркери фіксуються на лексичному рівні – це лексеми оцінної семантики, здебільшого негативної. При цьому журналісти їх використовують, не описуючи ромів, а характеризуючи ставлення до них інших людей, зокрема українців, напр.: *Бути ромом в Україні зараз – це... По-перше, це питання дискримінації, а стереотипи є однією із причин цього. Далі – питання освіти та працевлаштування. А також це питання маніпуляцій, оскільки наразі багато політичних сил використовують ромські поселення, ромську етнічну групу як слабку ланку, перетягуючи або дестабілізуючи ситуацію через них в певному регіоні* (Громадський простір. 19.04.2019). Зважаючи на це, ключовим семантичним компонентом, який можна вважати ядром моделі зображення ромів у ЗМІ, є «дискримінація». Також простежуємо використання лексем аксіологічної семантики – *маніпуляція, дестабілізація, стереотип*.

Ядерність лексеми «дискримінація» доводять численні аналітичні матеріали про ромів, де саме так схарактеризовано ставлення до них в українців, напр.: *До соціального неблагополуччя варто додати дискримінацію. «Вона відкрито існує. Ромів не пускають до басейнів, кав'ярень, ресторанів на Закарпатті. Це факт. Роми мовчать про багато чого, бо не вірять уже державі», – наголошує Мирослав Говарт* (ВВС. 21.09.2018).

Отже, серед негативно оцінних лексем, вжитих у ЗМІ, фіксуємо наступні: *дискримінація, переслідування, залякування*, напр.: *Міністр внутрішніх справ Арсен Аваков назвав **дискримінацією, залякуванням та переслідуванням** інцидент з розгоном табору ромів на Лисій горі у Києві "Нападати на жінок і дітей, погрожувати їм, травити їх сльозогінним газом, псувати їхнє майно і загалом ставитися до них, як до тварин через етнічну приналежність – це середньовічне дикунство", – заявив Аваков (Українська правда, 26.04.2018).* Це лексеми іменного типу, що містять негативно оцінні семи у структурі значення.

До лексичних засобів вираження стереотипного уявлення про ромів уналежнюємо й використання етноніму «циган». Ця лексеми представляє ромів як етнос, що сприймається як другорядний, тому його само назва не використовується, напр.: *У Львові “правоохоронці” прикривали крадіжки, які на Головному залізничному вокзалі Львова здійснювали **цигани**. Про це повідомили у прес-службі прокуратури у Львівській області. Зазначається, що організовану злочинну групу створили працівники поліції. Так, у травні-серпні 2018 року **цигани** на залізничному вокзалі регулярно обкрадали людей. Горе-поліцейські ж їх прикривали (Вголос. 10.01.2019).* При цьому в ЗМІ загальноприйнятим є вживання етноніму «роми», тому подібні випадки використання лексеми або є орієнтацією на відповідну групу реципієнтів, або виявом нетолерантності до ромського етносу з боку журналістів. Навіть у позитивних за загальною оцінкою матеріалах подекуди вжито етнонім «цигани»: ***Циган** оточує безліч міфів. Багато в чому вони змішані на нерозумінні культури цих людей. Вважається, що **цигани** мають багатовіковими навичками магії. Також, відомо, що цей народ володіє гіпнозом, саме за допомогою нього їм так майстерно вдається обкрадати людей. Навіть у мистецтві є багато загадок **Романів** як містичних і чарівних людей. Чи варто говорити, що все це лише домисли? (Знай. 16.07.2018).* У

наведеному прикладі для нівелювання негативації від вживання етноніму «цигани» паралельно вжито етнонім «романи».

Іншого характеру публікації, що є реакцією на конфлікти між ромами й іншими мешканцями країни, що мають місце як у великих містах, так і в селах, де поруч проживають представники різних націй. Зважаючи на це, дуже показовими є протилежні оцінки ромів, наявні в медійній публікації й коментарях до неї читачів, напр., назва статті: *Роми окупували нову територію у Києві – біля кінотеатру «Ультрамарин», що неподалік від вокзалу* (УНІАН 13.06.2018) та коментар до цієї публікації: [Іван Ходаківський](#) *Розігнати їх нахрін кийками та палицями. І так що рази куди ці тварини не прийдуть.* У журналістському матеріалі подано фактичну інформацію з нейтральними оцінками дій ромів і правоохоронців, а в коментарі – крайня негативація щодо ромів з відповідними вербальними маркерами і використання лексеми «тварини» на позначення представників цієї етнічної групи. Вербальна агресія коментатора виражається з закликах до силового впливу на ромів і знеціненні їх як людей, до урівнювання людей і тварин.

У наступному прикладі йдеться про ситуацію, яка мала для ромів негативні наслідки після протиправних дій: заголовок матеріалу *«У Києві роми напали на поліцейського. Та для них це закінчилося трагічно – один з них, тікаючи, потрапив під колеса авто»* (УНІАН 20.09.2019). До цього матеріалу один з коментарів має такий характер: [Sergiy Potienko](#) *Нещасні, зноблені роми-цигани, ви працювати не пробували?* Порівняно з попереднім досить нейтральний, але у формі риторичного запитання стверджується, що роми є ледачим етносом, який не бажає працювати. Крім того, фіксуємо паралельне вживання двох етнонімів «романи» і «цигани», що вказує на відсутність толерантного ставлення і поваги до самоназви етносу, а також узагальнення ставлення до всіх представників етносу: немає значення, хто

якою людиною є, але приналежність до ромів вже уможлиблює віднесення до ледарів.

Серед граматичних засобів вираження стереотипного уявлення у ЗМІ потрібно назвати вставні і вставлені конструкції, що переважно вказують або на джерело інформації, або на суб'єктивне ставлення мовця до повідомлюваної інформації. Так, в інформаційних матеріалах йдеться передусім про відносини ромів і місцевого населення, здебільшого конфлікти між ромами і українцями. При цьому поведінка ромів представлена як нейтральна за фактом, але неправильно інтерпретована місцевими мешканцями, напр.: *Цигани із Закарпаття не дають людям спокійно жити в Дніпрі. Живуть вони біля вокзалу. Місцеві розповідають, що у циган багато лахміття, ганчірок та іншого. Вони колупаються у відходах і приносять це все до себе в "будинок". На вулиці жахливий запах* (Знай. 1.03.2019). Так само вставні конструкції використовуються для вказівки на перевірене джерело інформації, напр.: *За офіційними даними Міністерства культури, близько 15% українських ромів не мають жодних посвідчень особи. Вони народжують дітей, у яких теж, як наслідок, немає свідоцтв про народження, а згодом і паспортів* (BBC. 21.09.2018).

2.2. Моделювання стереотипного уявлення про ромів у ЗМІ

Сучасні українські ЗМІ намагаються зруйнувати стале стереотипне уявлення про ромів, наявне в українців. Натомість вони створюють новий образ ромського етносу, напр.: *8 квітня у світі відзначили Міжнародний день ромів, мета якого полягає в самоідентифікації ромської етнічної групи як єдиного народу, привернення уваги до самобутньої культури та історії етносу рома, подолання дискримінації, утисків та відчуження ромів. В Україні проживає від 150 до 400 тисяч ромів. Понад 60% представників ромської нацменшини не мають роботи, близько 40% ромів не мають документів, лише 1% дітей ромів отримують атестат про повну загальну*

середню освіту (Громадський простір. 23.04.2019). Це образ давнього самобутнього народу з розвиненою культурою, але народу недооціненого і незрозумілого через його закритість від інших етносів та особливості життя. Основна мета створення такого нового стереотипного уявлення про ромів – це подолання дискримінації і упередженого ставлення до ромів. Визнання цієї проблеми аксіологічною викликає необхідність формування нової системи цінностей, де ставлення до ромів буде іншим: *Роми – українці, вони є громадянами України, тому це питання до всього нашого суспільства – це питання цінностей, зокрема, цінності людського життя; того, якою мірою реалізуються демократичні засади в нашому суспільстві; чи дають людям вибір мати гідне життя* (Громадський простір. 19.04.2019). Засаднича ідея стереотипізація полягає в тому, що не можна оцінювати людей за належністю до певної етнічної групи, оскільки серед представників кожної національності є добрі й погані люди, і це не залежить від національної ідентичності.

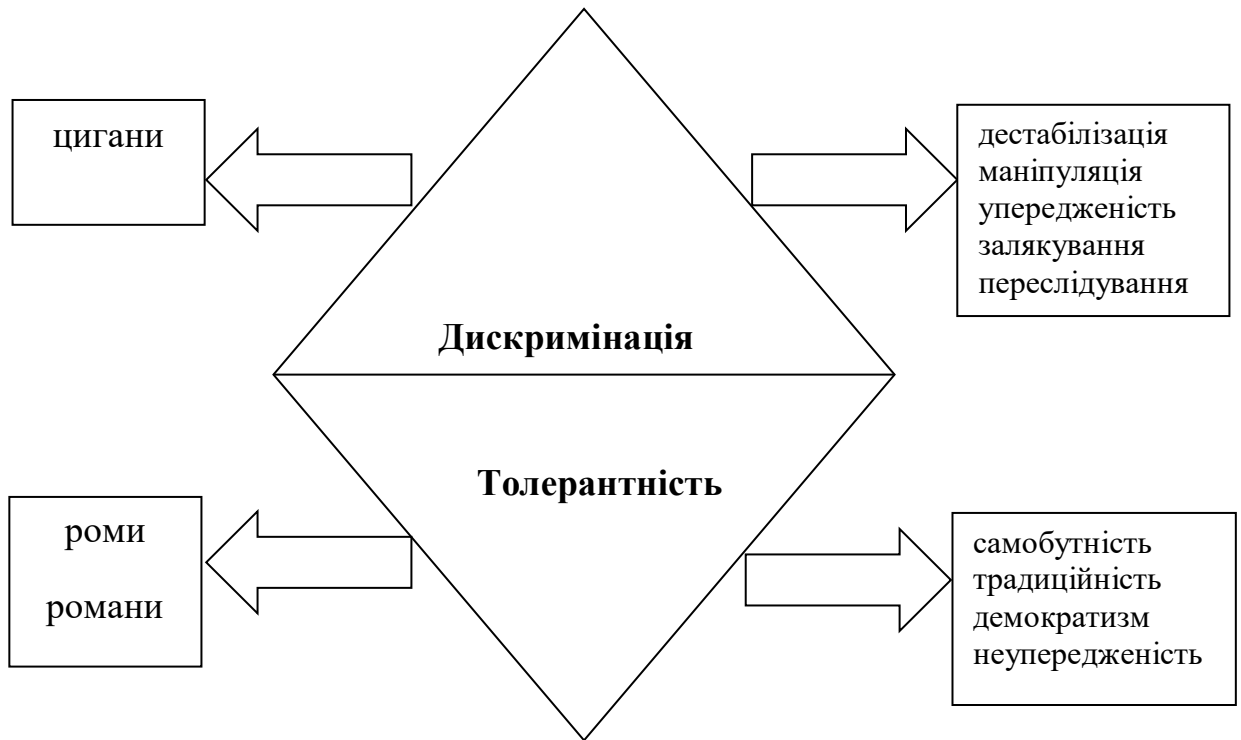
Зважаючи на це вважаємо, що до семантичного ядра новоутвореного стереотипу входять два компоненти – «дискримінація» і «толерантність». Перший є негативно оцінним і віддзеркалює подолання стереотипного уявлення, наслідком якого і є дискримінація ромів, а другий є позитивно оцінним і передає сформоване ставлення до ромів в українців.

Верхня частини моделі репрезентує сталі уявлення про ромів у суспільстві, що негативно оцінюються і критикуються в ЗМІ з відповідними вербальними маркерами, напр.: **Самовиокремлення, небажання асимілюватися серед репрезентативних національностей, навіть при повній лояльності до їхньої влади й законів, пристосуванні до звичаїв, століттями дорого коштувало гордим народам. Ромів, як і євреїв, не любили, переслідували, позбавляли прав. Ксенофобія, ворожість до іншого – серед найдавніших підсвідомих рефлексів людини** (Українська правда, 28.08.2018). Основними лексемами репрезентації дискримінаційного

ставлення до ромів вважаємо: *дестабілізація, маніпуляція, упередженість, залякування, переслідування* (див. Схему 1).

Схема 1

Модель стереотипного уявлення про ромів у ЗМІ



Нижня частини моделі вказує на новостворений стереотип, що представлений у сучасних ЗМІ як актуальний, напр.: *Роми є уособленням унікальної самонеусвідомленої потуги антиглобалізму, бо, у переважній більшості, попри всі принади цивілізації з її комфортом, продовжують обирати архаїчну **традицію**, нехтуючи соціальними ліфтами, вигодами новітніх технологій та цифрової реальності* (Українська правда, 28.08.2018). Цей стереотип має семантичним центром поняття «толерантність» і виражається через лексичні маркери *самобутність, традиційність, демократизм, неупередженість*.

РОЗДІЛ 3

МОДЕЛЮВАННЯ НАЦІОНАЛЬНОГО ГЕТЕРОСТЕРЕОТИПУ СПРИЙНЯТТЯ РОМІВ У ДОПИСАХ І КОМЕНТАРЯХ КОРИСТУВАЧІВ СОЦМЕРЕЖІ

3.1. Негативно оцінні компоненти стереотипного уявлення про ромів у соцмережах

Розглянемо спочатку негативні характеристики ромів, репрезентовані в коментарях користувачів соціальної мережі Facebook, за основними семантичними параметрами. За кількісними показниками серед усіх проаналізованих коментарів негативно оцінні становить 164 з 200 дописів.

1. Неосвіченість ромів представлена як небажання вчитися, що зумовлено тим, що роми не віддають своїх дітей до українських шкіл, напр.:

[Аля Лиєпа](#) *Освіта в нас безкоштовна, межа бідності тут ні до чого. Вони по всьому світу однакові: **неграмотні** шахраї.*

[Алина Иваненко Olha Zho](#) *Вони **неграмотні** не тому, що не ходять у школу. У них на генетичному рівні закріплений ген, що викликає дислексію.*

Цей семантичний компонент гетеростереотипу вказує на неосвіченість, низький інтелектуальний розвиток ромів, загальне небажання вчитися і відсутність в цьому потреби. У наслідку маємо таку стереотипну рису у сприйняття ромів українцями, як нерозумність, викликану неосвіченістю.

2. Небажання працювати представлене в коментарях як національна риса, що передбачає прагнення все отримати без напруження, через це українці вважають циган ледарями, напр.:

[Galina Maryshchuk](#) *Але ж не один циган не йде працювати на постійну роботу. Чому? бо ледарі. Звикли все за дарма. Хай хоч і мало але не страшно люди допоможуть. Або вкрадуть.*

[Александр Железняк](#), *цигани – роми **ніколи не хочуть працювати!!!** Жебратство, крадіжки, торгівля наркотиками, кіднепінг, перетворюють*

вокзали і парки в місця, куди страшно пускати дітей, купи сміття, антисанітарія... Що на даний час не має в Україні по селах закинутих хат, в яких можна оселитись і вести сільське господарство???? Чи просто немає бажання, бо **мирне і чесне життя то не для них????**

Небажання працювати також трактується як національна риса, тобто не окремі цигани, як і усі люди, не хочуть працювати, а це характеристика етносу. Навіть вказівки на неприпустимість узагальнень подібного типу не змінює ставлення дописувачів до проблеми, напр.:

[Елена Ленникова](#) *Залишаюся при своїй думці. За 60 років свого життя ні жодного нормального рома не бачила. Наглі злодії і цьому вчать своїх дітей. Це дармоїди.*

Цей семантичний компонент національного гетеростереотипу визначаємо як ледарювання, тобто українці бачать ромів ледащими неробами.

3. Злочинні нахили: злодійство, шахрайство, торгівля наркотиками тощо. Українці вважають, що основними видами занять і заробляння грошей у ромів є такі, що порушують закон, напр.:

[Оксана Кравченко](#) *Хто їм винен, живуть на чужі податки, паразитують, ще й обкрадають.*

[Міла Маснева](#) *Ніхто їм не заважає жити нормальним життям. самі не хочуть. у них в крові обманути, вкрати, розвести. і не тільки в Україні. де живуть – засмічують все. не люблю циган. недаремно їх століттями ганяють, але це їх нічому не вчить.*

[Елена Ленникова](#) *Цигани – злодії, аферисти, конокради. Вони користуються державою, нічого в неї не вкладаючи.*

Якщо історично ромів вважали конокрадами, оскільки вони зналися на добрих конях і хотіли за дарма бути їхніми власниками, то тепер, у добу автомобілів, номінації «конокрад», хоч і пов'язується з ромами, але досить умовно. Натомість оцінні номінації *злодії, шахраї, паразити* тощо мають

негативно оцінне забарвлення в основному значенні. За тлумачним словником української мови в 11 томах наведемо значення цих лексем. По перше, лексема «зłodий». Зłodий. – 1. Той, хто займається зłodійством; // Про звiрiв, птахiв, що крадуть їстівне. 2. Зрадник, злочинець [49, Т. 3, с. 599]. По-друге, лексема «шахрай». Шахрай. – Хитра, спритна й нечесна в своїх учинках людина; // Дрiбний зłodий [49, Т. 11, с. 423]. Також фіксуємо негативно оцінну семантику: хитрий, нечесний. По-третє, «паразит». – 1. Органiзм, що живе всерединi iншого органiзму або врослає в нього i живиться його тканинами, соками i т. iн. 2. перен. Той, хто живе, експлуатує чужу працю. 3. розм. Той, до кого ставляться з презирством через його негативнi якостi [49, Т. 6, с. 63] вжито в контекстах у другому i третьому, переносних, значеннях. Також наявна негативна конотація в словах, що передають семантику: презирство, негативнi якостi.

Для iлюстрації яскравостi цієї характеристики (за кількісними показниками вона становить майже 30% наведених вербальних маркерів) користувачі соцмереж наводять власні життєві історії, напр.:

[Valentina Sidorenko](#) *Мій дiд Федот мав хист з циганами дружить, а я мала була, думала, що вони як усi люди, але потiм про це пожалiла. Обiбрали двi циганки на «Северному» вокзалi у Донецьку. З тих пiр цих ромiв обходжу десятою дорогою. Від них тiльки проблеми: **наркотою торгують, обдурюють, крадуть, просто паразити, та й годi.***

У такий спiсiб власний негативний досвiд спiлкування з ромами (або конфлiкт, що мав негативнi наслiдки) поширюється на загальне ставлення до етносу в цiлому.

Цю рису нацiонального характеру, що є стереотипною в уявленнях українцiв, можна назвати злочинними нахилами, тобто всi роми є злочинцями (шахраями, злodiями, наркаторговцями, конокрадами тощо).

4. Небажання жити за чинними законами України впливає з попередньої характеристики. Користувачі соцмереж протиставляють себе i

ромів за критерієм дотримання чинного законодавства, зокрема Карного кодексу, наголошуючи на небажанні правоохоронців вживати заходів до них, напр.:

[Галина Петрушак](#) *Державний апарат і суспільство повинні заставити циган дотримуватись законів. Розмови про те, що неробство, крадіжки, обман і неприхована зневага до інших є в них в крові, не означає, що маємо то все з розумінням терпіти, бути жертвами обману, крадіжок і т.д. та ще утримувати їх за рахунок наших податків.*

[Liliya Volodymyrivna](#) *Вони громадяни України? У нас із ними права та відповідальність за правопорушення однакові. Це все.*

Така вимога є доречною, проте дописувачі не лише закликають до того, щоб роми мали однакові обов'язки з іншими громадянами України, а й вказують на власне небажання утримувати за рахунок податків тих, хто не працює і не дотримується законів, напр.:

[Олена Сидорчук](#) *Хай живуть за законом, як всі інші. Працюють, вчать, сплачують податки. І все у них буде добре. Вони не гірші і не кращі від інших громадян України.*

З одного боку, в таких коментарях наявні твердження про визнання ромів такими ж громадянами України, як і інші, а з іншого боку, на імпліцитному рівні вказано на їхню безкарність і навіть на небажання влади змінювати ситуацію.

Ми визначаємо семантичний компонент національного гетеростереотипу як «безкарні правопорушники» .

5. Відмінна культура і спосіб життя ромів від української (і загалом слов'янського чи європейського способу життя) сприймаються як чужорідні, тому незрозумілі. За концептуальною опозицією «свій – чужий» [12, с. 78] усе «чуже» протиставляється «своєму» за аксіологічними параметрами. Поведінка ромів, зумовлена їхніми культурними традиціями, значно відрізняється від того, що прийнято в європейській культурі, зокрема це

стосується укладу життя. Серед таких відмінних культурних ознак – спосіб життя. Роми переважно живуть общиною (табором), що, за уявленнями сучасних українців, є пережитком давньої старовини, якого український народ давно позбувся. Саме це організоване «табірне» життя під керівництвом «баронів» здебільшого критикують у соцмережі як архаїку, відлуння давніх традицій первісних людей, напр.:

[Dana Bilyk](#) *Це їх спосіб життя. Дай їм все готове, все одно захочуть жити табором.*

[Alexander Zayats](#) *Спам'ятайте, в одній з європейських країн, в Румунії, здається, на початку 90-х циганам видали халявні квартири, щоб не жєбрали, то вони через тиждень винесли весь паркет на вогнище посеред двору. Бродяжництво у них в крові, з цим нічого не поробиш, хай живуть, як їм зручніше, але не за рахунок інших.*

Користувачі соцмережі критикують чужий спосіб життя, який здається неправильним, оскільки значно відрізняється від загальноприйнятого. Проте негативно оцінюють не загальною відмінний спосіб життя, а те, що, на думку дописувачів, є нецивілізаційним і некультурним в уявленні сучасних українців. Зважаючи на це, останній семантичний стереотипний компонент визначаємо як культурну відсталість, що виражається в асоціальності, «табірності» і бродяжництві.

Отже, негативні семантичні складники, що утворюють гетеростереотипне уявлення носіїв української мови про ромів, охоплюють наступні характеристики: ром – неосвічена, хитра, ледача, злочинна, безкарна, некультурна, відстала і примітивна людина.

3.2. Позитивно оцінні компоненти стереотипного уявлення про ромів у соцмережах

Позитивних характеристик ромів у дописах і коментарях користувачів соцмережі значно менші, ніж негативних (36 з 200 коментарів).

1. Роми – звичайні люди, вони не відрізняються від інших. Ця позиція є вираженням толерантного ставлення, користувачі соцмереж наголошують на неможливості виокремлення людей за національним принципом і їх поділ за оцінним критерієм, напр.:

[Татьяна Шпак](#) *Роми нормальні люди, просто вони не такі як ми. Але ми теж різні, і миримося з особливостями один одного, чому ж ми нетерпимо ставимося до їхнього способу життя? Не хочемо їх зрозуміти? Чи важко їх прийняти такими, якими вони є? Правда в одному – всі ми люди, и мусимо з розумінням ставитися одне до одного, і мирно жити на цій прекрасній планеті Земля!*

Наведений коментар є єдиним однозначно позитивним, який містить висловлення толерантного ставлення до представників ромського етносу. Саме в ньому вказано на неможливість розмежування людей за етнічними критеріями і твердження щодо впливу національної ідентичності на характер і поведінку. І саме цей коментар одразу викликав обурення інших дописувачів, які почали сперечатися з його авторкою. Інші коментарі, у яких наявні заклики не давати однозначних негативних оцінок усім представникам ромської національності, є досить специфічними. Їхні автори наводять окремі факти того, що деякі роми – звичайні люди, тобто і серед ромів є винятки: загалом вони нероби, ледарі й злочинці, але є нормальні, напр.:

[Юлія Борисюк](#) *Серед циган є теж нормальні люди.*

Вважати цю характеристику однозначно позитивною складно, тому що автори таких дописів також вважають ромів відмінними від інших людей в аксіологічній площині, проте наводять окремі приклади невідповідності цьому правилу, напр.:

[Оксана Рудань](#) *У всіх національностей є погані люди, це гріх так говорить. є цигани, які створюють якийсь бізнес, наприклад, торгують одяжею, або просто працюють за зарплату. я знаю такі випадки.*

На двозначність оцінки вказує й використання етнонімів, тому що не всі коментатори вживають етнонім «роми», натомість послуговуються й образливим «цигани», напр.:

[Наташа Иксанова](#) *Нічого нового! Багаті в замках живуть, бідні як получиться. Нічого не нагадує? А те що нема паспортів і не ходять в школу то це вже їхнє особисте діло. І до речі в нас теж багато злодіїв. Просто коли вкрав **циган**, то це сприймається більш гостро.*

[Багданчик Миколаєвич](#) *Вам люди тільки ригать ротом, не вам судити хто циган, хто молдаван. Ми все люди.*

Вважаємо дописи такого типу демонстрацією толерантного ставлення до ромського етносу й заперечення будь-яких відмінностей за національною ознакою.

2. Роми – культурний народ, але їхня культура своєрідна. Ця характеристика стосується оцінювання ромської культури як самобутньої, що ґрунтується на абсолютизації свободи і виражається у досягненнях мистецького характеру – насамперед у музиці і танцях.

Користувачі соцмереж актуалізують саме цей семантичний компонент у коментарях, напр.:

[Лариса Малыш](#) *Люблю культуру цього народу. З великою повагою відношуся до ромів.*

[Галина Денькович](#) *Це таке плем'я, яке любить дорогу, волю, співати та танцювати.*

Тут представлено семантичні складники «культура» і «воля», що зумовлено романтизованим образом ромів, який тиражований у мистецтві, зокрема в кінематографі.

Таке ставлення зумовлює позитивну оцінку ромського етносу і надання йому права вирішувати свою долю на власний розсуд, напр.:

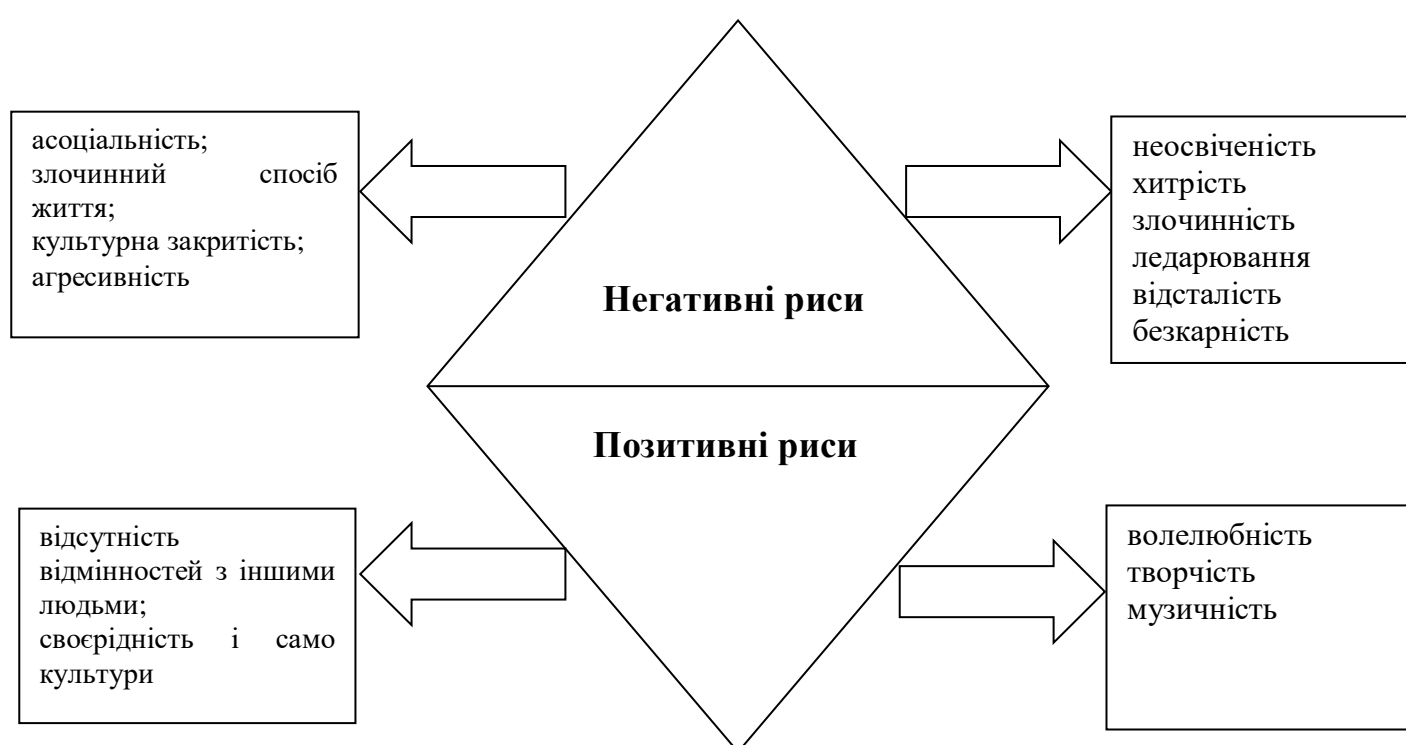
[Надежда Сергеева](#) *Роми, люди, які живуть на землі, нарід ромської вистраждав, права їм треба дати, а не клеймити...*

Це вказує, що навіть у соцмережі, де позитивні коментарі пишуть пересічні люди, реакція інших дуже гостра й заперечна. При цьому таких позитивних дописів бракує порівняно з великою групою негативно оцінних.

Зважаючи на викладене вище, семантичними компонентами позитивно оцінної семантики тут є волелюбність, рівність з іншими етносами та схильність до мистецтва (див. Схему 2).

Схема 2

Модель стереотипного уявлення про ромів у соцмережах



У представленій моделі гетеростеретипного сприйняття ромів українцями значно переважає негативна частина і негативно оцінні номінації ромів, натомість позитивна досить обмежена.

ВИСНОВКИ

Стереотипи – емоційно забарвлені образи, які передають значення, наявні у свідомості людей, та поєднують у собі елементи опису, оцінки і розпорядження. Разом з тим, стереотип – це не просто образ, але «стандартизований», спрощений образ певного явища дійсності, це схема, що лише фіксує деякі риси явища, що іноді не існують, проте приписуються йому суб'єктивно. Результатом стереотипізації є спрощене, схематичне, іноді близьке до справжнього знання, іноді спотворене уявлення про дійсність, яке виступає як своєрідний психологічний бар'єр на шляху до його подальшого пізнання.

Стереотипи приймаються людьми за знання, проте фактично містять у собі лише неповний і однобічний опис факту дійсності. Стереотипи зазвичай некритично засвоюються людиною під впливом його соціального оточення. Явище стереотипізації, незважаючи на всі недоліки, зберігається, тому що воно позбавляє людину від необхідності творчо переробляти всі враження від оточуючого людину фізичного і соціального середовища. Без стереотипізації людям довелося б детально інтерпретувати кожен новий факт, кожен ситуацію, неначебто вони не мали ніякого життєвого досвіду.

Сприйняття різних народів має певні відмінності, які визначаються особливостями національного характеру, етнічною ментальністю, системою цінностей, соціальними нормами і еталонами, структурою національної свідомості, етнічної картини світу тощо. Ці відмінності сформувалися під впливом природних умов, історичних подій, релігійних вірувань тощо. Етнічний автостереотип є складником етнічної самосвідомості, у структурі якої виділяють два компоненти: когнітивний – уявлення про минуле і сьогодення свого народу; емоційний – національні почуття.

Гетеростереотипи – це сукупність оцінних думок про інші народи, які можуть бути як позитивними, так і негативними, залежно від історичного

досвіду взаємодії даних народів. Гетеростереотипи, окрім позитивного, можуть мати негативне забарвлення, що часто додає інформацію не так про їх об'єкт, як про носіїв відповідних уявлень про «іншого». Етнічний стереотип може більш менш правильно й об'єктивно віддзеркалювати особливості іншого етносу, але й може бути наслідком етнічної упередженості, і тоді він більш достеменно характеризує сутність етносу «оцінювача», аніж об'єкт його оцінки.

Ми проаналізували вербальні репрезентації національного гетеростереотипу сприйняття ромів українцями, що відображено в електронних ЗМІ і спілкуванні в соціальних мережах.

Сучасні українські ЗМІ намагаються зруйнувати стале стереотипне уявлення про ромів, наявне в українців. Натомість вони створюють новий образ ромського етносу, до семантичного ядра новоутвореного стереотипу входять два компоненти – «дискримінація» і «толерантність». Перший є негативно оцінним і віддзеркалює подолання стереотипного уявлення, наслідком якого і є дискримінація ромів, а другий є позитивно оцінним і передає сформоване ставлення до ромів в українців. Основними лексемами репрезентації дискримінаційного ставлення до ромів вважаємо: *дестабілізація, маніпуляція, упередженість, залякування, переслідування*; а семантичний центр поняття «толерантність» виражається через лексичні маркери *самобутність, традиційність, демократизм, неупередженість*.

Уявлення про ромів, віддзеркалене в соціальних мережах, значно відрізняється від того, що ми зафіксували в електронних ЗМІ. Насамперед значно переважають негативно оцінні характеристики ромів: неосвіченість представлена як небажання вчитися, що зумовлено тим, що роми не віддають своїх дітей до українських шкіл; небажання працювати представлене в коментарях як національна риса, що передбачає прагнення все отримати без напруження, через це українці вважають циган ледарями; основними видами занять і заробляння грошей у ромів є такі, що порушують закон; небажання

жити за чинними законами України; відмінності в способі життя і культури, що сприймаються як чужорідні. Вербальними характеристиками ромів, що утворюють гетеростереотипне уявлення носіїв української мови про них, є: ром – неосвічена, хитра, ледача, злочинна, безкарна, некультурна, відстала і примітивна людина. Серед позитивних характеристик наявні лише два параметри: роми – звичайні люди, вони не відрізняються від інших, що є вираженням толерантного ставлення; роми – культурний народ, але їхня культура своєрідна.

На підставі аналізу коментарів користувачів соцмереж ми бачимо, що негативні вербальні характеристики кількісно значно перевищують позитивні. Наслідком функціонування такого стереотипного уявлення є досить ксенофобські заклики й демонстрація вербальної агресії й нетолерантності.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Агеев В. С. Межгрупповое взаимодействие: социально-психологические проблемы. – М.: Наука, 1989. – 180 с.
2. Адорно Т. Исследование авторитарной личности. – М.: Академия исследований культуры, 2001. – 320 с.
3. Арбеніна В. Л. Етносоціологія: [навч. посібник]. – Харків: Коло, 2007. – 316 с.
4. Арутюнян Ю. В. Этносоциология. – М.: Наука, 1999. – 234 с
5. Ахманова О. С. Словарь лингвистических терминов. – М.: Мысль, 1969. – 390 с.
6. Байбурин А. К. Этнические стереотипы поведения. – Ленинград: Просвещение, 1985. – 140 с.
7. Баранова Т. С. Психологическое исследование социальной идентичности. – М.: Наука, 1994. – 280 с.
8. Белянин Е.Н. Психолингвистические аспекты художественного текста. – М.: Мысль, 1988. – 220 с.
9. Беліков О. Державна політика стосовно циган України: історія і сучасність // Наукові записки Інституту української історіографії та джерелознавства ім. М. С. Грушевського НАН України. Тематичний випуск: Роми України: із минулого у майбутнє. – Т. 15. – К., 2008. – С. 24–56.
10. Бондырева С. К., Колесов Д. В. Толерантность (введение в проблему). – М.: Гнозис, 2003. – 244 с.
11. Вежбицкая А. Сопоставление культур через посредство лексики и прагматики. – М.: Аспект Пресс, 2001. – 210 с.
12. Вежбицкая А. Язык. Культура. Познание. – М.: Аспект Пресс, 1997. – 405 с.
13. Вунд В. Проблемы психологии народов. – СПб.: Питер, 2001. – 212 с.

14. Грушевицкая Т. Г., Попков В. Д., Садохин А. П. Основы межкультурной коммуникации: [учеб. для вузов] / под ред. А. П. Садохина. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2002. – 302 с.
15. Гумилев Л. Психологическое несходство этносов // Психология национальной нетерпимости. – Минск: Алгоритм, 1998. – С. 56–64.
16. Зіневич Н. О. Циганський етнос в Україні (історіографія і джерела): автореферат дис. на здобуття наук. ступеня канд. іст. наук: спец. 07.00.06 – Історіографія, джерелознавство та спеціальні історичні дисципліни. – К., 2005. – 20 с.
17. Кабакчи В. В. Практика англоязычной межкультурной коммуникации. – СПб.: Питер, 2001. – 184 с.
18. Казаринова Н. В. Межличностное общение. – СПб.: Профессионал, 2001. – 202 с.
19. Какорина Е. В. Язык Интернет-коммуникации // Язык массовой и межличностной коммуникации. – М.: Медиа-Мир, 2007. – С. 393–478.
20. Коваленко Г. М. Этнопсихологический стереотип // Этнопсихологические стереотипы в средние века. – М.: Наука, 1990. – С. 23–41.
21. Кон И. Психология предрассудка // Психология национальной нетерпимости. – Минск: 1998. – С. 108–120.
22. Королев С. И. Вопросы этнопсихологии в работах зарубежных авторов. – М.: Просвещение, 1970. – 160 с.
23. Котигоренко В. Бути чи не бути етнічним конфліктам в Україні // Політичний менеджмент. – 2008. – № 5. – С. 85–104.
24. Кочетков В. В. Психология межкультурных различий. – М.: АСТ, 2002. – 144 с.
25. Ксенофобія в контексті поліетнічності українського суспільства. Результати соціологічного дослідження / [Кобзін Д. О., Шейко Р. В., Мартиненко О. А., Белоусов Ю. Л.]. – Харків, 2008. – 43 с.

26. Кудрявцева Л. А. Моделирование динамики словарного состава языка: [монография]; [2-е изд., испр.]. – К.: Киевский университет, 2004. – 208 с.
27. Коцоева Г. У. Опыт эмпирического исследования этнических стереотипов. – М.: Наука, 1986. – 192 с.
28. Лебедева Н. Введение в этническую и кросс-культурную психологию. – М.: Наука, 1999. – 231 с.
29. Леви-Строс К. Структурная антропология. – М.: Гнозис, 2001. – 190 с.
30. Леонтьев А. А. Основы психолингвистики. – М.: Просвещение, 1997. – 210 с.
31. Липпман У. Общественное мнение. – М.: Институт Фонда «Общественное мнение», 2004. – 384 с.
32. Львовичкіна А. М. Етнопсихологія: [навч. посібник]. – К.: Видавничий центр «Академія», 2002. – 144 с.
33. Манакін В. М. Мова і міжкультурна комунікація. – К.: ВЦ «Академія», 2012. – 288 с.
34. Маслова В. А. Лингвокультурология. – М.: Академия, 2001. – 178 с.
35. Оганджян Р. С. Некоторые вопросы формирования этнических стереотипов в моноэтнической среде // Психологический журнал. – 1989. – № 4. – С. 78–84.
36. Павленко В. Н., Таглин С. А. Введение в этническую психологию. – Харьков: Фолио, 1992. – 124 с.
37. Павловская А. В. Этнические стереотипы в свете межкультурной коммуникации // Вестник МГУ. Сер. 19. Лингвистика и межкультурная коммуникация. – 1998. – № 1. – С. 94–104.
38. Паніна Н. Фактори національної ідентичності, толерантності, ксенофобії, та антисемітизму в сучасній Україні / Наталя Паніна // Соціологія: теорія, методи, маркетинг. – 2005. – № 4. – С. 26 – 45.
39. Петренко В. Ф. Основы психосемантики. – М.: Академия, 2005. – 236 с.

40. Платонов Ю. П. Народы мира в зеркале геополитики (структура, динамика, поведение). М.: Юнити-Дана, 2007. 464 с.
41. Платонов Ю. П., Почебут Л. Г. Этническая социальная психология. – СПб.: Питер, 1993. – 318 с.
42. Потебня А. А. Мысль и язык: [репринтное изд.]. – Харьков: Коло, 1913. – 124 с.
43. Почепцов Г. Г. Теория коммуникации. – М.-К.: Ваклер, 2001. – 540 с.
44. Рогов Е. И. Психология общения. – М.: Наука, 2001. – 210 с.
45. Садохин А. П. Межкультурная коммуникация. – М.: Учебная литература, 2006. – 310 с.
46. Селіванова О. О. Сучасна лінгвістика: напрями та проблеми. – Полтава: Довкілля-К, 2008. – 711 с.
47. Селіванова О. Сучасна лінгвістика: термінологічна енциклопедія. – Полтава: Довкілля-К, 2006. – 716 с.
48. Семенюк О. А., Парашук В. Ю. Основы теории мовної комунікації. – К.: ВЦ «Академія», 2010. – 240 с.
49. Словник української мови в 11 Т. – К.: Наука, 1970–1980 (Електронний документ. – Режим доступу: <http://sum.in.ua/>).
50. Сміт Е. Національна ідентичність; пер. з англ. П. Таращук. – К.: Основи, 1994. – 221 с.
51. Солдатова Г. У. Психология межэтнической напряженности. – М.: Наука, 1998. – 312 с.
52. Сорокин Ю. А., Марковина И. Ю. Этнопсихолінгвістика. – М.: Просвещение, 1988. – 190 с.
53. Стефаненко Т. Г. Социально-психологические аспекты изучения этнической идентичности. – М.: Наука, 1999. – 210 с.
54. Стефаненко Т. Г. Этнопсихология. Практикум. – М.: Аспект-Пресс, 2008. – 208 с.

55. Тер-Минасова С. Язык и межкультурная коммуникация. – М.: Слово, 2000. – 624 с.
56. Филиппова М. М. Парадоксы и стереотипы межкультурного общения. – М.: МГУ, 2002. – 110 с.
57. Юнг К. Г. Архетипи і колективне несвідоме. – Львів: Астролябія, 2012. – 588 с.