

## Роль социальных стереотипов в манипуляции массовым сознанием

*А.А. Ефременко*

*Донецкий национальный университет, Донецк*

*alefblogs@ya.ru*

Проведено философское исследование социальных стереотипов в контексте манипуляции массовым сознанием. Проанализированы содержательный и структурный аспекты социального стереотипа. Сделан акцент на том, что стереотипизация обусловлена когнитивной сферой психики и напрямую связана с социализацией, в процессе которой личность усваивает определенные модели мышления и поведения, упрощая тем самым познавательные механизмы. Сформулирован вывод о том, что стереотипизация во многом детерминирует развитие общественных процессов, но часто становится основанием для манипулятивных воздействий в связи с глобализацией и развитием новых способов коммуникации на основе информационных технологий.

**Ключевые слова:** массовое сознание; общественное сознание; стереотип; манипуляция; мировоззрение.

## The Role of Social Stereotypes in the Manipulation of Mass Consciousness

*A.A. Yefremenko*

*Donetsk National University, Donetsk*

*alefblogs@ya.ru*

The article has been devoted to the philosophical study of social stereotypes in the context of the manipulation of mass consciousness. The substantial and structural aspects of the social stereotype have been analyzed. The emphasis has been placed on the fact that stereotyping is determined by the cognitive sphere of the psyche and is directly related to socialization, in the process of which the person assimilates certain models of thinking and behavior, thereby simplifying cognitive mechanisms. It has been concluded that the stereotype is an important element of the socio-cultural sphere of society, which largely determines the development of social processes. The process of stereotyping in itself is natural and not manipulative in nature, but it often becomes the basis for various manipulative influences in connection with globalization and the development of new methods of communication based on information technology.

**Keywords:** mass consciousness; social consciousness; stereotype; manipulation; worldview.

Целью данной статьи является философское исследование сущности и значения социальных стереотипов в контексте технологий манипуляции массовым сознанием.

Несмотря на то, что вопрос социальных стереотипов достаточно часто освещается в научной литературе (работы Э. Фромма [8],

Г. Вайнштейна [2], Д. Марковича [3], В. Немировского [4; 5], В. Сырова и Н. Поправко [7], и других), он продолжает сохранять свою актуальность и новизну. Прежде всего, это связано с интенсификацией и увеличившимся спектром технологий манипулятивного воздействия на личность, что обуславливает

необходимость всестороннего научного исследования данного явления и поиск путей минимизации его негативных последствий.

В основе стереотипизации лежит инверсированное (от лат. *inversio* — «переворот», «перестановка») — механизм формирования образов восприятия человеком окружающей действительности. Такой процесс, часто называемый «транзитом» [3, с. 21], происходил с 1991 г. практически во всех постсоветских государствах. Характерно, что именно в периоды становления новых общественных процессов на «разломе» истории формируются наиболее устойчивые стереотипы общественного сознания, которые затем приобретают массовый характер.

Следует также отметить то обстоятельство, что массовость выступает как общая закономерность развития современного социума, а не как отдельный элемент социальной жизни. Массовость в современной гуманитарной науке трактуется как черта общественного бытия, характеризующаяся общностью особенностей социальной жизни, распространением единых стандартов поведения, потребления, мотивов, устремлений и образцов мышления [7, с. 67—68].

В процессе социализации личность усваивает определенные модели мышления и поведения, которые ложатся в основу социальной стереотипизации. Поскольку общественное сознание не только отражает бытие, но и выступает выражением потребностей данного общества, это приводит к формированию иллюзии смысла жизни именно посредством механизма формирования социальных стереотипов [8, с. 355].

Массовое сознание, как основной носитель социальных стереотипов, формируется в процессе массовизации базовых сфер общественного бытия, таких как сферы производства и потребления, коммуникации, досуга, и т.п. При этом возникают идентичные устремления, стандартизованные ценности и мотивы, формирующие основу массовой культуры, в которой именно стереотипы выполняют одну из главных функций фиксации способов восприятия человеком социального бытия.

Сущность стереотипа как общественно-го явления в содержательном и структурном аспектах имеет много общего с архитектурой массового сознания. В современном гуманитарном знании распространена точка зрения, в соответствие с которой массовое сознание может быть разделено на два уровня: 1) первичный уровень (уровень первичного эмоционального восприятия и спонтанных действий); 2) вторичный уровень (рациональный, связанный с анализом того или иного явления социального бытия). Одной из черт массового сознания выступает относительная лабильность и аморфность. В данном контексте это означает отсутствие завершенной системы социальных представлений, норм, ценностей и стереотипов, многие из которых противоречат друг другу. Это противоречие, с одной стороны, осложняет адекватное восприятие социального бытия массовым сознанием, с другой стороны, упрощает возможности манипуляции им с помощью умелого использования существующих стереотипов или конструирования новых. В результате такого манипулятивного влияния социум предстает в зеркале массового сознания как совершенно «иной» по сравнению с тем, который был в прежней системе представлений.

В процессе формирования стереотипов в массовом сознании границы между иконичными и концептуальными аспектами представлений о реальности исчезают или сильно деформируются. Стереотипы при этом приобретают более символическую форму, что является массово-коллективным фоном общества, в котором и происходят такие трансформации стереотипов, в процессе которых стереотипы и приобретают массовый характер [1, с. 66].

По мнению Г. Вайнштейна, «в структуре массового сознания присутствуют некие «экс-групповые» компоненты, наличие которых обусловлено рядом проблем общественной жизни» [2, с. 16]. Это неотъемлемые элементы двух познавательных процессов: усваиваемых «извне» и вырабатываемых «изнутри» в ходе социализации. Именно в них заложен механизм внедрения стереотипов в индивидуальное,

а затем и в массовое сознание, в том числе и в целях манипуляции им. Общественное сознание складывается из системы элементов личностного сознания отдельных людей. В результате социальной коммуникации происходит обмен индивидуальными и внутригрупповыми стереотипами, которые в итоге приобретают интересубъективный характер.

Стереотип — это сложное многоуровневое переплетение различных форм массового сознания. Данный феномен проявляется в эмоционально-чувственной сфере, во многом детерминирует ценностно-нормативную шкалу общества и формирует мотивы и потребности. Зачастую истоки стереотипизации следует искать в экономической сфере. При этом она обусловлена особенностями производства товаров и услуг массового потребления и установками на стандартизацию и конформизм, которые активно пропагандируются СМИ.

Межпоколенная трансляция стереотипов осуществляется как на интересубъективном (надгрупповом), так и на внутригрупповом уровнях. В контексте внутригрупповой передачи стереотипов важное место занимает язык. С помощью языка конструируются образы и ассоциации, отражающие концептосферу стереотипного мышления. На внутригрупповом уровне формирование стереотипа проходит через следующие этапы: 1) восприятие лексического знака; 2) актуализация отдельных элементов концептосферы личности, эмоций и образов, связанных с определенной ситуацией, с которой связан тот или иной предмет» [6, с. 387]. Стереотипы, таким образом, неразрывно связаны с когнитивной сферой человеческой психики. Наше мировосприятие без механизма стереотипизации было бы намного более сложным, менее гибким и адаптивным.

Трансформация стереотипов всегда предполагает трансформацию коллективных идей и мировоззренческих установок, которые, в свою очередь, определяют поведенческие модели. Изменения стереотипов в сознании общества — это всегда сложный и даже болезненный процесс, чаще всего

связанный с кризисными состояниями социального развития, во время которых происходит переосмысление социальной реальности и своего места в ней. Такие периоды сопровождаются ростом социальной аномии, девиантного поведения, с мировоззренческой дезориентацией, маргинализацией и переосмыслением всей системы социальных отношений. Можно выделить следующие базовые аспекты трансформации социальных стереотипов: 1) особенности изменения социальных стереотипов как форм коллективного консенсуса; 2) трансформация ценностно-нормативной шкалы общественного мировоззрения; 3) кризис идентичности.

Формирование стереотипов в массовом сознании происходит под влиянием таких факторов как переработка социокультурной информации коллективным бессознательным и целенаправленное информационное воздействие извне. Влияние на массовое сознание осуществляется с опорой на второй фактор. Для этого путем как прямых, так и опосредованных информационных воздействий осуществляется актуализация (иногда — трансформация) тех или иных стереотипов. При этом новые стереотипы формируются посредством акцентирования внимания или, наоборот, отвлечения внимания от уже существующих стереотипных представлений.

Стереотипный образ мира может быть незавершенным, но он играет важную роль в процессе адаптации личностного и общественного мировоззрения к реальности, пусть и потенциальной. Стереотипизация облегчает реализацию социальных поведенческих стратегий в контексте больших социальных групп. Стереотипы могут распространяться вполне естественно и стихийно, а могут конструироваться намеренно с целью манипулятивного воздействия на массовое сознание (к примеру, посредством новейших информационно-коммуникационных технологий). Важным аспектом процесса стереотипизации выступает популяризация. Иными словами, стереотипизация всегда предполагает широкий резонанс и распространение тех или иных идей, стандартов поведения

и мышления. При этом содержательная часть стереотипов не полностью внедряется в массовое сознание. Его конструирует только ряд типичных черт, характерных для определенных социальных групп. Стереотипы формируют стандартные образы, воплощающие интересы и потребности массового общества, тем самым стабилизируя и консолидируя его на основе некоего позитивного стандарта восприятия окружающей действительности.

В контексте технологий манипуляции массовым сознанием манипулятор, зачастую, не создает новые стереотипы, а опирается на те, которые уже функционируют в массовом сознании. Но делается это не напрямую, а с помощью приема канализирования. Данный прием предполагает собой подмену стереотипа в целях переноса сложившегося отношения с одного предмета на другой. Например, в рекламе сладкого газированного напитка со вкусом яблока присутствует образ самого яблока, которое воспринимается как исключительно полезная пища. И, хотя рекламируемый напиток имеет весьма опосредованное отношение к яблокам и к их пользе, стереотипное восприятие переноса свойства «полезности» с яблока на напиток в массовом сознании потребителей осуществляется вполне успешно.

Ведущие причины любых социальных событий (распад и образование государств) лежат на информационном уровне социума, то есть в сфере массового сознания. Стереотипы на этом уровне остаются в области скрытых субъективных умонастроений, которые индивид и общество чаще всего скрывают от «чужих». Они носят неоднородный и бессознательный характер. В процессе этого развития формируются целые комплексы социальных стереотипов.

Поскольку массовое сознание принадлежит именно к информационному уровню социума, в нем могут быть выделены рациональные и эмоциональные элементы стереотипа. Они «пронизывают» семь слоев массового сознания, каждый из которых представляет собой отдельный ценностный уровень.

Когнитивный уровень массового сознания включает мыслительные элементы ценностных ориентаций. Аффективный уровень связан с эмоциональной сферой функционирования массового сознания. Оба уровня являются поверхностными по отношению к уровню коллективного бессознательного, опирающегося на глубинный социокультурный и исторический опыт. Стереотипы, действуя на «поверхности», опираются как раз на эти глубинные элементы бессознательного, и могут быть обнаружены и осознаны в контексте массового сознания только посредством целенаправленного изучения [4].

Рациональный уровень массового сознания включает в себя общедоступную информацию, которая становится объектом открытого социального обсуждения, а также различных оценок и настроений [5, с. 190]. Рациональный уровень массового сознания, в свою очередь, можно разделить на три блока: 1) общественные оценки и ожидания социума по поводу средств влияния на функционирование общественной системы; 2) настроения и мнения по поводу текущей социальной ситуации; 3) аксиологические представления политико-идеологического характера, обуславливающие политическую культуру и выбор в пользу определенной идеологии.

В целом, о самом уровне массового сознания можно говорить как об отражении сведений, фигурирующих в информационном пространстве СМИ. Именно СМИ являются одним из доминирующих факторов, обеспечивающих ориентацию (или дезориентацию) массового сознания в текущей социокультурной и политической ситуации путем внешнего изложения своих взглядов на социальные процессы или через трансляцию и демонстрацию других социальных взглядов и социально-политических сил.

Если ранее стереотип определялся как высокоригидный по своей природе феномен, то в современном мире можно говорить о возможности комбинирования стереотипа и его конструирования по заранее заданной схеме. Он формируется не только в контексте отражения объективной действительности, но и в процессе коммуникации.

Именно здесь заложены гносеологические и инструментальные возможности воздействия на сознание и конструирование необходимого стереотипа.

С развитием межнациональных связей, средства массовой информации придают массовому сознанию особое качество. Оно связано с обратным влиянием на сознание индивидумов, малых групп и других социальных субъектов, составляющих это общество. Поэтому наиболее эффективный способ воздействия на массовое сознание и поведение человека — это обращение к эмоциям личности, то есть интенсивное воздействие на эмоциональную сторону сознания.

Ошибочно считать, что социальные стереотипы всегда связаны только с манипуляцией и являются исключительно негативным социальным феноменом, поскольку они играют важнейшую роль в социокультурной адаптации, социализации индивидов и консолидации всей общественной системы. Основная деструктивная функция стереотипов заключается в том, что они редуцируют диапазон восприятия до того или иного шаблона, обедняя тем самым картину мира, и часто становятся основанием для выраженных интолерантных установок и ориентаций, которые могут вызывать острую социальную напряженность (например, стереотип о связи мусульман и терроризма).

В динамике функционирования массового сознания современного общества присутствует негативная тенденция, которая характеризуется следующими ориентациями: на деструкцию и доминирование; на поиск внешнего покровителя и конформизм; на стремление к богатству и комфорту; в некоторых случаях — на игру.

Противоположный тип массового сознания — реалистический. Носителя данного типа сознания понимают, что для того, чтобы достичь своих целей, необходимы конкретные усилия, и нельзя возлагать ответственность за свою жизнь на другие лица или социальные институты. В данном контексте важную роль играет осознание ценности человеческой жизни. Кроме того, носители данного типа сознания менее

подвержены манипулятивным влияниям, поскольку склонны критически относиться к любым внешним воздействиям, а также институтам власти, проявляя высокое доверие только к самим себе и ближайшему окружению.

Стереотипы, функционирующие сегодня на различных уровнях массового сознания, едва ли позволяют прогнозировать, что такая идеологическая система появится в скором будущем. Более того, можно утверждать, что в массовом сознании современного общества все больше возрастает «магичность», а не реалистичность восприятия социальных явлений и процессов, что делает его весьма подверженным технологиям манипуляции.

Таким образом, трансформация современного социального бытия приводит к неизбежным изменениям в общественной жизни, которые сопровождаются формированием новых стереотипов как феноменов сознания. Массовое сознание выражает особенности социального бытия и отражает аксио- и прaksiосферы общества посредством обеспечения индивида готовыми шаблонами поведения и мышления. В контексте функционирования массового сознания стереотип выступает в качестве сложного и многоуровневого феномена, в котором взаимодействуют различные формы сознания. Стереотипизация является естественным процессом, и сама по себе не носит манипулятивного характера. В то же время в связи с глобализацией и развитием новых способов коммуникации на основе информационных технологий она часто становится основанием для различных манипулятивных воздействий. Профилактикой таких негативных аспектов манипуляции является повышение информационной культуры членов общества и развитие у них критического восприятия социальной реальности.

### *Литература*

1. Homo institutus — Человек институциональный: монография / Под ред. О. В. Иншакова. Волгоград: Из-во ВолГУ, 2005. 854 с.



2. **Вайнштейн Г. И.** Массовое сознание и социальный протест в условиях современного капитализма. М.: Наука, 1990. 169 с.
3. **Маркович Д. Ж.** Противоречия транзисии постсоциалистических обществ // Социологические исследования. М.: РАН. 2006. № 9. С. 21—27.
4. **Немировский В. Г.** Массовое сознание и бессознательное как объект постнеклассической социологии // Социологические исследования. М.: РАН. 2006. № 2. С. 13—18.
5. **Немировский В. Г., Невирко Д. Д.** Социология человека. От классических к постклассическим подходам. М. : Издательство ЛКИ, 2008. 304 с.
6. Сознание и социальная реальность: монография / Под ред. И. Ф. Кононова. Луганск: Альма Матер, 2004. 432 с.
7. **Сыров В. Н., Поправко Н. В.** Генезис массового сознания // Социологический журнал. М.: Федеральный научно-исследовательский социологический центр РАН. 1998. № 1/2. С. 66—78.
8. **Фромм Э.** Анатомия человеческой деструктивности. М.: Издательство АСТ-ЛТД, 1998. 672 с.
9. **Вайнштейн Г. И.** Массовое сознание и социальный протест в условиях современного капитализма. М.: Наука, 1990. 169 с.
10. **Маркович Д. Ж.** Противоречия транзисии постсоциалистических обществ // Социологические исследования. М.: РАН. 2006. № 9. С. 21—27.
11. **Немировский В. Г.** Массовое сознание и бессознательное как объект постнеклассической социологии // Социологические исследования. М.: РАН. 2006. № 2. С. 13—18.
12. **Немировский В. Г., Невирко Д. Д.** Социология человека. От классических к постклассическим подходам. М. : Издательство ЛКИ, 2008. 304 с.
13. Сознание и социальная реальность: монография / Под ред. И. Ф. Кононова. Луганск: Альма Матер, 2004. 432 с.
14. **Сыров В. Н., Поправко Н. В.** Генезис массового сознания // Социологический журнал. М.: Федеральный научно-исследовательский социологический центр РАН. 1998. № 1/2. С. 66—78.
15. **Фромм Э.** Анатомия человеческой деструктивности. М.: Издательство АСТ-ЛТД, 1998. 672 с.
16. **Вайнштейн Г. И.** Массовое сознание и социальный протест в условиях современного капитализма. М.: Наука, 1990. 169 с.
17. **Маркович Д. Ж.** Противоречия транзисии постсоциалистических обществ // Социологические исследования. М.: РАН. 2006. № 9. С. 21—27.
18. **Немировский В. Г.** Массовое сознание и бессознательное как объект постнеклассической социологии // Социологические исследования. М.: РАН. 2006. № 2. С. 13—18.
19. **Немировский В. Г., Невирко Д. Д.** Социология человека. От классических к постклассическим подходам. М. : Издательство ЛКИ, 2008. 304 с.
20. Сознание и социальная реальность: монография / Под ред. И. Ф. Кононова. Луганск: Альма Матер, 2004. 432 с.
21. **Сыров В. Н., Поправко Н. В.** Генезис массового сознания // Социологический журнал. М.: Федеральный научно-исследовательский социологический центр РАН. 1998. № 1/2. С. 66—78.
22. **Фромм Э.** Анатомия человеческой деструктивности. М.: Издательство АСТ-ЛТД, 1998. 672 с.
23. **Вайнштейн Г. И.** Массовое сознание и социальный протест в условиях современного капитализма. М.: Наука, 1990. 169 с.
24. **Маркович Д. Ж.** Противоречия транзисии постсоциалистических обществ // Социологические исследования. М.: РАН. 2006. № 9. С. 21—27.
25. **Немировский В. Г.** Массовое сознание и бессознательное как объект постнеклассической социологии // Социологические исследования. М.: РАН. 2006. № 2. С. 13—18.
26. **Немировский В. Г., Невирко Д. Д.** Социология человека. От классических к постклассическим подходам. М. : Издательство ЛКИ, 2008. 304 с.
27. Сознание и социальная реальность: монография / Под ред. И. Ф. Кононова. Луганск: Альма Матер, 2004. 432 с.
28. **Сыров В. Н., Поправко Н. В.** Генезис массового сознания // Социологический журнал. М.: Федеральный научно-исследовательский социологический центр РАН. 1998. № 1/2. С. 66—78.
29. **Фромм Э.** Анатомия человеческой деструктивности. М.: Издательство АСТ-ЛТД, 1998. 672 с.

Submitted 27.02.2020

**Yefremenko Alexander A.**, Graduate Students of the Chair of Philosophy, Donetsk National University (bld. 24, Universitetskaya Street, Donetsk, 83000), Member of the DPR writers ' Union, alefblogs@ya.ru

Поступила 27.02.2020

**Ефременко Александр Александрович** — аспирант кафедры философии Донецкого национального университета, (83000, ДНР, г. Донецк, ул. Университетская, 24), Член Союза писателей ДНР, alefblogs@ya.ru

### References

1. Homo institutus — Chelovek institutivnyj: monografija / Pod red. O. V. Inshakova. Volgograd: Iz-vo VolGU, 2005. 854 s.
2. **Vajnshtejn G. I.** Massovoe soznanie i social'nyj protest v uslovijah sovremennogo kapitalizma. M.: Nauka, 1990. 169 s.
3. **Markovich D. Zh.** Protivorechija tranzicii postsocialisticheskikh obshhestv [Contradictions in the post-socialist societies' transition] // Sociologicheskie issledovanija. M.: RAN. 2006. № 9. S. 21—27.
4. **Nemirovskij V. G.** Massovoe soznanie i bessoznatel'noe kak ob#ekt postneklassiches-