

УДК 316.647.8  
DOI: 10.36979/1694-500X-2024-24-6-31-37

## АРХЕТИПЫ И СТЕРЕОТИПЫ КАК ПАТТЕРНЫ МАССОВОГО СОЗНАНИЯ

*И.Е. Лукьященко*

*Аннотация.* Рассмотрены понятия «архетип» и «стереотип», их необходимость для массового общества и массового сознания. Отмечено, что различные идеологические системы разрабатывают различные методы воздействия на массовое сознание, но все они будут основаны на декларации необходимых норм, идеалов и ценностей. Для современного общества со сложной культурой необходимо найти глубинные символы, выработать систему общих идей, связать социум с историей культуры. Здесь на помощь приходят архетипы и стереотипы, позволяющие объединять людей едиными образами, символами и смыслами. Они с лёгкостью используются как инструменты сплочения общества, но одновременно выступают как средства пропаганды и незаметного манипулирования массовым сознанием. Присутствие элементов мифа, наличие архетипов и стереотипов является сегодня основной характеристикой массового сознания.

*Ключевые слова:* массовое общество; массовое сознание; массовая культура; бессознательное; образ; реальность; архетип; стереотип; манипуляция.

---

## АРХЕТИПТЕР ЖАНА СТЕРЕОТИПТЕР МАССАЛЫК АҢ-СЕЗИМДИН ҮЛГҮЛӨРҮ КАТАРЫ

*И.Е. Лукьященко*

*Аннотация.* Макалада “архетип” жана “стереотип” түшүнүктөрү, алардын массалык коом жана массалык аң-сезим үчүн зарылчылыгы талкууланат. Ар кандай идеологиялык системалар массалык аң-сезимге таасир этүүнүн ар кандай ыкмаларын иштеп чыгып жатканы, бирок алардын бардыгы зарыл нормаларды, идеалдарды жана баалуулуктарды жарыялоого негизделе тургандыгы белгиленген. Маданияты татаал заманбап коом үчүн терең символдорду таап, жалпы идеялардын системасын иштеп чыгуу, коомду маданияттын тарыхы менен байланыштыруу зарыл. Бул жерде архетиптер жана стереотиптер жардамга келип, адамдарга жалпы образдар, символдор жана маанилер менен биригүүгө мүмкүндүк берет. Алар оңой эле коомду бириктирүүчү курал катары пайдаланылат, бирок ошол эле учурда пропаганданын жана массалык аң-сезимди тымызын манипуляциялоонун каражаты катары кызмат кылат. Мифтин элементтеринин болушу, архетиптердин жана стереотиптердин болушу бүгүнкү күндө массалык аң-сезимдин негизги мүнөздөмөсү болуп саналат.

*Түйүндүү сөздөр:* массалык коом; массалык аң-сезим; массалык маданият; аң-сезимсиздик; образ; реалдуулук; архетип; стереотип; манипуляция.

---

## ARCHETYPES AND STEREOTYPES AS PATTERNS OF MASS CONSCIOUSNESS

*I.E. Lukyashchenko*

*Abstract.* The article discusses the concepts of archetype and stereotype, their necessity for mass society and mass consciousness. It is noted that different ideological systems are developing different methods of influencing mass consciousness, but all of them will be based on a declaration of the necessary norms, ideals and values. For a modern society with a complex culture, it is necessary to find deep symbols, develop a system of general ideas, and connect society with the history of culture. This is where archetypes and stereotypes come to the rescue, allowing people to unite with common images, symbols and meanings. They are easily used as tools to unite society, but, at the same time, they act as means of propaganda and subtle manipulation of mass consciousness. The presence of elements of myth, the presence of archetypes and stereotypes is today the main characteristic of mass consciousness.

*Keywords:* mass society; mass consciousness; mass culture; unconscious; image; reality; archetype; stereotype; manipulation.

Даже в ситуации, когда сослаться на лидера невозможно и стаду приходится мыслить самостоятельно, люди пользуются клише, заранее заготовленными, которые символизируют опыт или идеи всей группы в целом.

*Э.Л. Бернейс*

Разработка понятия «массы» и проблем массового сознания играет очень важную роль в истории и философии XIX и XX веков. Именно с ними многие философы и учёные связывают происходящие негативные социальные процессы, особенно такие, как восстания, войны, диктаторские режимы, потеря привычных ценностей, растерянность индивида и непонимание целей, к которым идёт общество.

Не случайно этот период испанский философ Ортега-и-Гассет охарактеризовал как время масс и время «восстания масс». Новое общество он сравнил с глупым ребёнком, который ничего ещё не умеет и не знает, но совершенно уверен в своей значимости. «Заурядные души, не обманываясь насчёт собственной незаурядности, безбоязненно утверждают своё право на неё и навязывают её всем и всюду» [1, с. 48]. В этот период огромные толпы людей (масса) оставляют свои привычные места и стремятся в большие города, создавая там невиданную доселе плотность проживания и концентрацию мощи.

Автор концепции постиндустриального общества Э. Тоффлер описал данную ситуацию как время сложностей и конфликтов, новых проблем человечества, которые станут глобальными. Он уверен, что «цивилизация второй волны», являясь результатом революции в промышленности, приведёт к разрушению прежних ценностей и созданию новых. При этом «миллионы людей сочтут разнообразие скорее угнетающим, чем радостным. Они...ощутят боль, горечь, печаль и одиночество...» [2, с. 28]. Ф. Ницше назвал данный период «веком маленького человека», «последнего человека», или «массового человека». Массовый человек лишён индивидуальности, он предпочитает быть незаметным, быть частью коллектива, так как в его установках и ценностях веками было заложено убеждение, что «мы» более важно, чем «я». «Последний человек» ригиден, живёт в прошлом, не

понимает, что все его ценности устарели, ему не свойственны духовные поиски.

Ницше считает, что этот тип человека абсолютно бесплоден и бесполезен для прогресса. Он пишет: «Земля стала маленькой, и на ней копошится последний человек, делающий всё таким же ничтожным, как и сам он. Его род уничтожим, как блохи на земле: последний человек живёт дольше всех» [3]. Следует отметить, что описанный Ницше процесс «массовизации» общества и человека, в котором «маленький человек» продолжает существовать, подчиняясь стандартам и соответствуя шаблонам, сегодня продолжается. Ницше отмечает, что целью массы является привычная повседневность, спокойное существование. Она желает, чтобы ею управляли, выступали от её имени и в её интересах, но сама совершенно бескачественна.

Массовое общество характеризуется как массовым производством, так и массовым потреблением, а сила массовых коммуникаций и особенности массового сознания не имеют ничего подобного в истории человечества. Происходит постепенное смешение национальных и этнических групп и их культур, что приводит к потере традиций. Постепенно размываются и теряют уникальность психологические особенности социальных групп и индивидов. Этот процесс затрагивает такие аспекты жизни общества, как политика, идеология, наука, искусство, современный быт и образ жизни.

Проникая во все сферы жизнедеятельности, массы постепенно становятся всё более однородными, они имеют общие взгляды, особенности, цели и задачи. Игнорирование голоса масс и её мнений может привести к нестабильности общества, состояниям волнения и кризиса. Без учёта мнений масс сегодня невозможно принятие необходимых решений или проведение реформ. Само функционирование государства основано на расчётливости, выгоде, эффективности политтехнологий и манипулировании

массовым сознанием. Различные идеологические системы разрабатывают различные методы воздействия на массовое сознание, но всегда будут включать в себя декларацию или пропаганду необходимых в данный период взглядов, норм, идеалов и ценностей. Задача усложняется, если общество имеет богатую разнообразную культуру и многонациональный состав, когда, например, «национальная идея» может просто не работать. В этом случае необходимо найти общие для всех глубинные символы, разработать идеи и механизмы, которые смогут объединить разных людей. Нужно связать между собой специфику общества, его историю, особенности культуры, положение в ней человека, что послужит фундаментом для создания целостной системы, которая будет основана на идеях, которые свойственны всем людям.

Мифы, архетипы, стереотипы являются здесь первыми помощниками. Они с лёгкостью используются как инструменты объединения и сплочения общества, но одновременно выступают как средства пропаганды и незаметного манипулирования им. С помощью идей и образов можно объяснить существующие нормы, ценности, понятия, интерпретировать, как выгодно в данный момент, множество событий. В результате подобного процесса массовое сознание отражает именно то, что является нужным и актуальным на данном этапе развития. Вторая цель – это создание определённых мифов о наличии равных возможностей для всех людей, независимо от их расы, национальности или социального статуса. Такая мифология является фундаментом, на котором выстраиваются и направляются в нужном русле жизнь общества, хаос и порядок в нём. Отметим, что именно массовое общество и массовая культура являются создателями целой системы мифов и архетипов, которую мы впитываем в процессе социализации. Они помогают каждому человеку лучше понять себя, своё окружение, место и роль в мире.

Массовое сознание достаточно зыбко, часто иррационально, не является устойчивым явлением и определяется бессознательными механизмами. Знаменитый философ М.К. Мамардашвили писал: «По обыденной привычке мы,

как правило, вписываем акты сознания в границы анатомического очертания человека. Но, возможно ... сознание находится вне индивида как некое пространственное или полевое образование. И поэтому метафоры и символы древности (в том числе мифологические, религиозные) содержат в себе... больше информации о свойствах сознания, чем любая привязка наблюдаемого поведения к изменениям характеристик мозга» [4, с. 18]. Следуя подобной логике, мы обнаружим, что массовое сознание определяется не только современным развитием общества и его культуры. Оно включает в себя некие древние основания, матрицы, мифологические мотивы, формы поведения в виде прообразов, которые предшествуют индивидуальному опыту и индивидуальному сознанию.

В своей теории «коллективного бессознательного» К.Г. Юнг назвал такие прообразы и древние символы архетипами, положив основу для анализа данного феномена и отойдя от понятия «бессознательного» только как «личного бессознательного» у З. Фрейда. Благодаря уникальным способностям врождённых структур нашего мозга эти образы наследуются и передаются от поколения к поколению, независимо от нашего желания. Ситуация проявления «коллективного бессознательного» происходит автоматически, например, в толпе людей, объединённых единой целью. В порыве единения человек чувствует себя более защищённым, уходит страх одиночества, приходит ощущение иллюзорной безопасности, уверенность в своём выборе и поступках.

Сегодняшний день характеризуется валом информации, которую невозможно не только переработать, но даже просмотреть, что привело к полной потере критичности в её оценке. Манипуляция обществом принимает невиданный размах, происходят постоянное, ежедневное навязывание определённых ценностей и потребностей с помощью современных средств коммуникации, программирование необходимых реакций и мнений, регулирование образа жизни. При этом существует множество технологий воздействия: слухи, сплетни, мистификация, создание лжесобытий. Могут быть сделаны акценты на образы спасителя, врага, матери, мудреца,

героя и многое другое. Конечно, манипуляция не является всемогущей и не может возникнуть на пустом месте, ибо массовое сознание должно быть подготовлено к приёму такой информации. Но сегодня данный процесс становится достаточно простым, так как можно очень быстро донести до индивида необходимый образ средствами массовой информации.

Можно допустить, что каждый человек в современном обществе находится во власти воздействия культуры, мифологии, образов коллективного бессознательного в форме архетипов. При этом образ должен соответствовать критериям масс и массовой культуры быть простым, понятным, часто повторяющимся и легко запоминающимся. Большинство исследователей выделяют присутствие элементов мифа и наличие архетипов как основную характеристику массового сознания. Почему архетипы играют важную роль в жизни социума, в процессе обретения человеком смысла жизни?

По К.Г. Юнгу, это совершенно не зависит от нас и происходит автоматически. Нужно просто принять за истину то, что существуют фундаментальные человеческие основания, первоначальные общекультурные образы, стереотипы, чувства, языковые матрицы, передаваемые по наследству от поколения к поколению. Используя данные образы, большинство людей не придают им значения, просто не замечают. В результате незаметно для себя они пытаются организовать свою жизнь и выстроить идеалы в соответствии с имеющимися архетипами. В них человеком переживаются сама история и опыт предков, формируются свой жизненный опыт, своя индивидуация [5].

«Коллективное бессознательное» имеет такую же реальность, как окружающий нас объективный мир, подчиняя нас своему воздействию и руководя нашими поступками. Люди чаще всего считают себя свободными в ситуациях выбора и своего поведения. Однако в действительности мы во многом живём воображаемыми образами, так как наша жизнь, специфика общества и культуры, хотим мы этого или нет, отражается нами на бессознательном уровне. Наше бессознательное имеет огромный «архив», оно заполнено тем, что нам встречается в процессе

жизни, начиная со сказок, с легенд, кинофильмов и разговоров. Каждый для себя создаёт свою картину мира, но она имеет общие черты с картинами других людей за счёт «коллективного бессознательного», или архетипов. Полная индивидуальность картины является кажимостью, так как другие люди могут получать подобную информацию и иметь схожие архетипы. Схожесть мыслей, поступков и приоритетов может быть использована для манипуляций и разработки стратегии развития общества.

Французский исследователь Рауль Жирарде считает, что пришли времена социальной нестабильности. Наше время порождает не индивидуальную, а коллективную неустойчивость психики, которая обязательно приведёт общество к необходимости обратиться не к разуму, а к мифологии. Такую непростую ситуацию он называет «вывих психики». Это сложное для человека и общества время кризиса, его корни находятся «в страданиях и неуверенности индивида, блуждающего во тьме неудовлетворённых стремлений и бесплодных надежд» [6].

В подобной ситуации срабатывает миф о герое и архетип «героя», который является эффективным инструментом для быстрой организации и сплочения людей. С его помощью процесс манипулирования массовым сознанием идёт намного быстрее. Посредством данного архетипа создается вера в то, что борьба не напрасна и в результате враги будут побеждены. Люди рядом с таким героем ощущают себя соратниками, а не просто незаметными «винтиками» некой машины, чувствуют свою причастность к великим целям и переменам. Теперь необходимо найти реальных людей и наделить их соответствующими магическими качествами, как это делается, например, в мифах о Прометее или Геракле. Герой должен обладать высокой харизмой и сложной судьбой, обычно это мученик, переживший беды, предательства и страдания. Пройдя через все испытания, он готов пожертвовать собой ради других людей и их будущего, собирает сторонников под свои «знамена». Герой всегда символизирует собой перемены, он является источником веры и надежды, является разрушителем прежнего несправедливого порядка. Герой ведёт народ через все трудности

и невзгоды, придаёт ему силы и внушает надежды. Герой является всегда идеализированным образом, даже его грехи есть продолжение его достоинств, поэтому сомнение в действиях героя и критика героя являются недопустимыми, что характеризует сам феномен массового сознания.

Отметим, что концепты «архетип» и «стереотип» имеют сходство, которое рассматривал уже К.Г. Юнг, обозначив стереотип как одну из сторон функционирования архетипа. Важно осознать, что образ «другого» или другой культуры, который выстроен человеком, чаще всего не соответствует истине, ибо реальность и образ реальности – это разные вещи. Образ реальности в виде стереотипа является упрощённым образом объекта или явления, развиваясь как устойчивое суждение в условиях недостатка или, наоборот, избытка информации.

Более того, стереотип является результатом обработки социально значимой информации и достаточно сильным регулятором в жизни человека и общества. В основе стереотипов часто лежат коллективные представления, которые, как правило, не критичны, нерациональны, окрашены эмоциями, но люди считают их верными, стабильными основаниями для отношений и деятельности. Чаще всего носитель стереотипов не считает должным подвергать их сомнению или делает это крайне редко.

В научной литературе существуют различные подходы к понятию стереотипа и процесса стереотипизирования, которые рассматривают его недостатки и преимущества, вскрывают гносеологические и социальные корни появления, соотношение в нём правды и вымысла, пытаются объединить и классифицировать стереотипы. Одной из особенностей исследования стереотипов является их роль в распознавании и передаче общественно значимой информации во взаимодействии людей, что позволяет увидеть и понять особенности манипулирования сознанием, его омассовление, найти настоящие истоки предубеждений, процесса формирования отношений нетерпимости между людьми.

В работе У. Липпмана, который является родоначальником понятия, стереотип определён как упорядоченная, схематичная,

детерминированная культурой «картинка» мира в голове человека. Она позволяет ему сокращать и упрощать процесс познания. Надо отметить, что первоначально книга У. Липпмана «Общественное мнение» не имела успеха, так как противоречила представлению людей о самих себе.

Автор пишет: «Общественным мнением являются представления людей о самих себе, о других людях, об их потребностях, намерениях и отношениях. Представления, служащие основанием групповой деятельности или основанием деятельности индивидов, выступающих от имени групп, – это Общественное мнение с большой буквы» [7, с. 8]. Липпман говорит, что люди обманывают себя в процессе получения и обработки информации, думая, что действительно анализируют или размышляют над ней. Именно стереотипы являются некой программой в жизни большинства. Избавиться от стереотипов почти невозможно, так как они играют не только отрицательную, но и положительную роль в жизни человека и общества, хотя автор предпочитает говорить о стереотипах всё же негативно.

По его мнению, наличие стереотипов является злом, которое оказывает вред психике человека и его уникальности, заставляет терять свою индивидуальность и растворяться в группе. Они ограничивают личностный рост, руководят человеком и делают выбор вместо него. Отметим, что сила стереотипов заключается в их способности защищать существующие ценности и права индивида. Приобретаемые каждым человеком в процессе социализации стереотипы становятся неотъемлемой частью индивидуального и массового сознания. Ребёнок начинает усваивать их, идентифицируя себя с данным обществом, определённой культурой и социальной группой. При этом культура общества не воспринимается человеком как что-то внешнее и навязанное. Она является неременной частью его собственного «Я», становится органичным компонентом, состоящим из принятых правил, норм, ценностей, идеалов и моделей поведения данного общества. Считывая и познавая их как некую истину, человек погружается в существующие в данном обществе и культуре стереотипы.

Таким образом, ещё в детстве стереотипные представления выступают фундаментом, на котором впоследствии сформируются взгляды, ценности и убеждения личности. Чем более стереотипизировано сознание человека, тем больше предубеждений, шаблонов и штампов лежит в основе его представлений. Обобщённый образ реальности и его сила состоят в иллюзорном сходстве с реальностью, в претензии на идентичность, которая является условием процессов познания и понимания. В процессе идентификации стереотипы выполняют интегрирующую функцию, а социальная идентичность, в свою очередь, является одним из уровней самокатегоризации личности.

Социальная идентичность является частью складывающейся у личности «Я-концепции», одним из элементов её структуры. Например, такие учёные, как А. Тэджфел, Дж. Тернер, Э. Эриксон, С. Московичи, определяют социальную идентичность как один из аспектов самокатегоризации. Она олицетворяет собой определённый знак, символ, который человек всегда имеет при себе и который связан с принадлежностью к определённой социальной группе с её типическими чертами. Эта принадлежность может быть гендерной, этнической, профессиональной, национальной или другой формой идентичности [8]. Согласно мнению психоаналитика Э. Эриксона, автора книги «Кризис идентичности», данное понятие является важнейшей составной частью социального и эмоционального развития человека. Разрушение устоявшихся стереотипов приводит к конфликту идентичности личности.

«Понятие идентичности обозначает твёрдо усвоенный и личностно принимаемый образ себя во всём богатстве отношений личности к окружающему миру, чувство адекватности и стабильного владения личностью собственным «я» независимо от изменений «я» и ситуации» [9, с. 105]. Поскольку социальная идентичность представляет собой осознание принадлежности к определённой социальной группе, она подразумевает принятие тех стереотипов, которые являются характерными для неё. Формируются такие базовые представления, как «наше» и «чужое». Термин «наши» объединяет

предметы и явления самого разного характера, наделяемые определёнными атрибутами. Это могут быть красота, доброта, сила, скромность, гостеприимство, отвага и многое другое. Образ «чужого», как правило, не имеет подобных атрибутов, поэтому он позволяет ещё более сплотиться и объединиться внутри своей группы.

Для описания подобного явления американский антрополог Ф.К. Бок ввёл понятие «культурная форма». Он подразумевал под ним взаимопонимание и систему общих взглядов, которые объединяют членов определённой социальной группы. «Когда вы находитесь в своей группе, среди людей, с которыми вы разделяете одну и ту же культуру, вам не нужно задумываться о своих словах и действиях, потому что вы и они видите мир одинаково, знаете, чего ожидать друг от друга. Но, находясь в чужом обществе, вы можете испытать сложности, ощущение беспомощности, что можно назвать культурным шоком» [10, с. 395]. Целями стереотипов выступают ограничение, предотвращение разнообразия взглядов, идеалов и убеждений внутри группы. Они предоставляют готовую информацию о нужном объекте и модель поведения по отношению к нему. Различия служат границей понятия «мы», за которой начинается внешний и чуждый мир остальных – «они».

Реальная проблема возникает, когда данные различия превращаются во враждебные психологические и поведенческие установки. При этом антипатия обладает гораздо большей устойчивостью, быстрым распространением, она очень сильно эмоционально заряжена и не поддаётся голосу разума.

В заключение отметим, что главное отличие архетипа от стереотипа в том, что стереотип – это упрощённое и общепринятое мнение, изменяющееся в процессе развития общества, а архетип универсален. Заложенный в древности «коллективным бессознательным», архетип направляет человека относиться к ситуации определённым образом, является прообразом и первичной моделью мышления, в то время как стереотип навязывается обществом для упрощения и экономии мышления. В любом случае и архетип, и стереотип могут использоваться в целях управления развитием общества и манипуляции

им, прекрасно адаптируются к новому времени и новым реалиям.

Поступила: 31.01.24; рецензирована: 14.02.24;  
принята: 16.02.24.

#### *Литература*

1. *Ортега-и-Гассет Х.* Восстание масс // Избранные труды / Ортега-и-Гассет. М.: Весь мир, 2000.
2. *Тоффлер Э.* Третья волна / Э. Тоффлер. М.: АСТ, 2010.
3. *Ницше Ф.* Так говорил Заратустра. Книга для всех и ни для кого: собр. сочинений / Ф. Ницше; пер. Д. Борзаковского. М.: Изд. М.В. Клюкина, 1900. Т. 1.
4. *Мамардашвили М.К.* Символ и сознание / М.К. Мамардашвили. М.: Азбука-Аттикус, 2011.
5. *Юнг К.Г.* Психология бессознательного: собр. сочинений / К.Г. Юнг. М.: Канон, 2019.
6. *Шихирев П.Н.* Современная социальная психология / П.Н. Шихирев. М.: ИПРАН, 2000.
7. *Липпман У.* Общественное мнение / У. Липпман; пер. с англ. Т.В. Баргунова, под ред. К.В. Петренко. М.: Институт фонда «Общественное мнение», 2004.
8. *Московичи С.* Век толп. Исторический трактат по психологии масс / С. Московичи. М.: Академ. проект, 2011.
9. *Эриксон Э.Г.* Детство и общество / пер. с англ., в науч. ред. А.А. Алексеева / Э.Г. Эриксон. СПб.: Летний сад, 2000.
10. *Бок Ф.К.* Структура общества и структура языка – Новое в лингвистике. Вып. VII. Социолингвистика / Ф.К. Бок. М., 1975.