

Стереотипизация массового сознания как механизм социального контроля

Абдуллина Зульфия Шайдулловна

Аспирант

Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова,

Социологический факультет, Москва, Россия

E-mail: abdullinazf@gmail.com

Среди множества процессов, происходящих в обществе, стереотипизацию массового сознания можно отнести к процессам, определяющим восприятие реальности и, как следствие, воздействующим на поведение. Рассматривая стереотипизацию как «готовность воспринимать явление определенным образом, в определенном свете, в зависимости от предшествующего опыта человека» [3], мы сталкиваемся с социокультурными стереотипами и их основой – установками.

В каждом обществе складываются различные стереотипы и установки относительно явлений, поведения, представителей тех или иных групп, как в пределах своего социокультурного пространства, так и за его пределами.

Основным инструментом в распространении социокультурных стереотипов и формировании установок выступают институты массмедиа, а в частности кино и СМИ.

На сегодняшний день социокультурные стереотипы и установки, транслируемые медиа институтами не всегда соответствуют окружающей социальной действительности, таким образом, можно утверждать о существовании нереалистичных стереотипов в рамках медиапространства, искажающих восприятие реальности. В то же время СМИ являются одним из основных источников информации в жизни каждого человека, на который ориентируется индивид в процессе построения своей картины мира.

Проблема в том, что «картины в головах людей не являются механическим отображением окружающего их мира» [1], т.е. существует определенного рода искажение. «Не будет преувеличением отметить, что именно визуализация мира усиливает роль стереотипов в обществе» [4]. Также подкрепляя это ещё и чрезвычайно высоким авторитетом медиа институтов, особенно для детской аудитории и некоторых других категорий лиц, например таких, как с низким уровнем образования, стереотипные установки и представления приобретают однозначный характер истинности.

Учитывая тот факт, что стереотипизация является неотъемлемым процессом восприятия обыденным сознанием, можно с уверенностью заявить, что человек теряет способность творчески реагировать на все встречающиеся ему в жизни ситуации и формировать собственное независимое мнение. Пытаясь облегчить ориентирование в социокультурном пространстве, стереотипы аккумулируют в себе некий стандартизованный коллективный опыт, несмотря на это, они вбирают в себя оценочный элемент.

Таким образом, в результате стереотипизации массового сознания восприятие окружающей действительности происходит сквозь систему социокультурных стереотипов и установок в индивидуальном сознании, транслируемых институтами медиа. Все это, как следствие, приводит к интеграция общества посредством некоторой унификации взглядов, появления мейнстрима в социальных представлениях.

Отталкиваясь от изначального посыла немецкого социолога Никласа Лумана о единстве системы массмедиа, основанного на трех столпах: новости / репортажи, реклама

и развлечение, – все три формы массмедийной коммуникации сходятся в том, что создают «предпосылки для дальнейшей коммуникации, которые не требуют специального коммуникативного обсуждения. . . Ведь благодаря массмедиа также можно оценить, воспринимается ли отход от общественного мнения как нечто уместное или как провокационное»[2]. Таким образом, массмедиа создают фоновую реальность, некий базис, так называемую «память», к которой уже можно апеллировать в процессе дальнейшего взаимодействия между людьми. В этом заключается общественная функция массмедиа, по мнению Никласа Лумана.

В то же время, опираясь на утверждение Я.Н. Засурского, что несоответствие пропагандистских стереотипов реальной действительности становится особенно вопиющим в годы кризисов[3], мы можем наблюдать, как к человеку в современных условиях предъявляются очень высокие требования, достичь которые может лишь небольшая часть общества. Вследствие чего у человека могут сложиться комплексы неполноценности, неудовлетворенности собственной жизнью, что является, с точки зрения теории Роберта Мертона, основой или причиной девиантного поведения. Возникший диссонанс между установками, идеалами, ценностями и нормами, принимающими статус социально одобряемых и пропагандируемых институтами медиа, и реальными возможностями индивида по их достижению, предстает в качестве одного из факторов, приводящих к росту различного рода аномий.

Стереотипизация массового сознания является одним из механизмов социального контроля, испытывающего кризис, который «ведет к стандартизации информации, дезинформации читателей, к манипулированию общественным мнением в интересах властвующей элиты» [3] и, как следствие, росту девиантного поведения.

Литература

1. Липпман У. Общественное мнение. / Пер. с англ. Т. В. Барчунова, под ред. К. А. Левинсон, К. В. Петренко. М.: Институт Фонда «Общественное мнение», 2004.
2. Луман Н. Реальность массмедиа. / Пер. с нем. А.Ю. Антоновского. М.: Праксис, 2005.
3. Техника дезинформации и обмана./Под ред. Я.Н. Засурского. М.: «Мысль», 1978.
4. Черных А. Мир современных медиа. – М.: Издательский дом «Территория будущего», 2007.