

УДК 124.42/.5

## АРХЕТИПЫ И МАНИПУЛЯЦИЯ МАССОВЫМ СОЗНАНИЕМ

*И.Е. Лукьященко*

Рассматриваются понятия «архетип», «мифологема» и их необходимость для массового общества и массового сознания. Каждый индивид и каждая социальная группа существуют в собственной реальности, в которой создают свои идеалы и ценности. Для современного общества со сложной культурой необходимо найти глубинные символы и выработать систему общих идей, связать социум с историей культуры, выявить нечто общее. Здесь на помощь приходят архетипы и мифологема, позволяющие объединять людей единими символами, образами, манипулировать массовым сознанием.

*Ключевые слова:* массовое общество; массовое сознание; коллективное бессознательное; архетип; мифологема; манипуляция; массовая культура; образ.

---

## АРХЕТИПТЕР ЖАНА МАССАЛЫК АҢ-СЕЗИМДИ БАШКАРУУ

*И.Е. Лукьященко*

Макалада «архетип», «мифологема» түшүнүктөрү жана алардын массалык коом, массалык аң-сезим үчүн зарылчылыгы жөнүндө сөз болот. Ар бир индивид жана ар бир социалдык топ өзүнүн идеалын жана баалуулуктарын жараткан өзүнүн реалдуулугунда болот. Маданияты татаал заманбап коом үчүн терең символдорду табуу жана жалпы идеялардын системасын иштеп чыгуу, коомду маданият тарыхы менен байланыштыруу жана жалпылыкты аныктоо керек. Бул жерде архетиптер жана мифологемалар жардамга келип, адамдардын бирдиктүү белгилер, сүрөттөр менен биригишине, массалык аң-сезимди башкарууга мүмкүндүк берет.

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

---

## ARCHETYPES AND MASS CONSCIOUSNESS MANIPULATION

*I.E. Lukyashchenko*

The article deals with the concept of archetype, mythologeme and their necessity for mass society and mass consciousness. Each individual and each social group has its own reality, in which they create their own ideals and values. For a modern society with a complex culture, it is necessary to find deep symbols and develop a system of common ideas, to connect society with the history of culture, to identify something in common. Here, archetypes and mythologemes come to the rescue, allowing people to unite with common symbols, images, and manipulate the mass consciousness.

*Keywords:* mass society; mass consciousness; collective unconscious; archetype; mythologeme; manipulation; mass culture; image.

Феномен масс и массового сознания играет значительную роль в истории с XIX – начала XX в. С ним многие философы, социологи, психологи, культурологи связывают социальные процессы, особенно негативные. Сюда можно отнести восстания, войны, диктаторские

режимы, потерю ценностей и утрату ориентиров в обществе. XX век испанский философ Ортега-и-Гассет называет временем масс и «восстания масс», сравнивая массовое общество с глубоким и неблагодарным ребёнком, который слаб и безграмотен, но 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]. Действительно, с приходом промышленной эпохи огромные массы населения снимаются со своих насиженных мест и отправляются в крупные города, создавая невиданную до сих пор конгломерацию и мощь. Тоффлер назвал этот процесс «цивилизацией второй волны» [2]. Этот процесс построения цивилизации индустриального типа растягивается более чем на двести лет, формируя свои доминантные черты в XX веке. При этом XX – начало XXI века некоторые мыслители стали называть «веком маленького человека», «последнего человека», «массового человека». Массовый человек является копией другого человека, лишен индивидуальности, поэтому он «жмётся» к ближнему своему, ибо «Мы старше, чем Я» [3]. «Последний человек» не знает истинных ценностей, не ощущает духовных порывов, он не понимает сущности счастья и несчастья. Согласно Ф. Ницше, такой человек совершенно бесполезен для истории и прогресса, но живет очень долго. Ницше пишет: «Земля стала маленькой, и на ней копошится последний человек, который всё делает таким же ничтожным, как он сам. Его род неистребим, как земляные блохи: последний человек живёт дольше всех» [3, с. 32]. Отметим, что процессы «массовизации» общества сегодня продолжают, причём невиданными темпами. «Маленький человек» продолжает жить, подгоняя себя под определённые мерки и шаблоны. При этом сами массы, как правило, безмянны и аморфны, так как являются исполнителями чужой воли, хотя сами этого не замечают и не осознают. «Она (масса) существует для того, чтобы её вели, наставляли и представляли за неё, пока она не перестанет быть массой. Но сама по себе осуществлять это она неспособна» [1, с. 110]. Массовое общество имеет всё массовое – массовое производство, массовое насилие, массовое потребление и массовую коммуникацию. Массовое сознание, получаемое в подобном процессе, не имеет аналогов ни в каком обществе никакой эпохи. Укрупнение городов и создание новой городской культуры в них приводят к появлению массовых профессий, с определённым, оди-

наковым образом жизни, достатком и укладом. Происходит постепенное смешение национально-этнических групп, что ведёт к утрате традиционности и размыванию психологических особенностей. Постепенно данный процесс захватывает все аспекты жизни нового общества, распространяясь на область политики, идеологию, науку, искусство, бытовые особенности и сферу развлечений. По мере того как массы вовлекаются во все сферы бытия, всё становится похожим, однотипным, шаблонным, однако к голосу масс следует прислушиваться, ибо это необходимо в интересах самого общества, для эффективности функционирования данного строя и государства. Без учёта голоса «масс» будет невозможно принятие своевременных решений или появление новых форм организации и управления. Что касается новых форм управления, то они в наше время основываются на холодном расчёте, выгоде, эффективности политических технологий, на процессах манипулирования массовым сознанием. В настоящее время невозможно представить проблемы управления обществом и его идеологию без анализа проблем массового сознания. Тем не менее каждый индивид и каждая социальная группа существуют ещё в собственной реальности, представители которой создают свои идеалы, ценностные ориентиры, руководствуясь определённой системой ценностей. Разные идеологические системы формируют специфические способы воздействия на общество и способы обработки массового сознания. Происходит это посредством декларации определённых ценностей, целей, их настойчивой пропаганды и утверждения в обществе. Одновременно надо уметь фиксировать социальные, национальные или религиозные особенности, уметь учитывать их специфику. Так, например, методы воздействия для достижения целей коммерческих и политических будут существенно отличаться. Во время проработки они будут изменяться в целях повышения эффективности функционирования. Для поддержания единства членов определённой этнической группы и её общих целей достаточно, чтобы они разделяли общую историю, культуру, ценности. А вот для обществ со сложной культурой и полиэтническим составом задача усложняется.

Требуется найти некие общие глубинные символы, объединяющие идеи и общую идеологию. Здесь на помощь приходит общечеловеческое – мифы и архетипы, на которые будет опираться идеологическое пространство. Необходимо суметь связать определённую социальную сферу с историей культуры, с системой общечеловеческих идей. Именно они выступают прекрасным орудием пропаганды, быстрой мобилизации общества и одновременно незаметного управления им. Посредством известных всем идей и образов можно интерпретировать многие события, объяснить, что хорошо или плохо, сфальсифицировать события и факты. В результате можно создать в массовом сознании образ некоего необходимого нового мира, а затем начинать выстраивать его на практике. Это достаточно сложно, ибо необходимо создать видимость, что эта система единых для всех ценностей и целей, что она реально существует и имеет большое значение. Но еще важнее создать впечатление не только общих для всех ценностей, но наличие одинаковых возможностей, независимо от занимаемой человеком социальной ступени. Самыми излюбленными лозунгами выступают понятия свободы, равенства, всеобщего благоденствия, счастья для всех и т. д. Но цель данной системы одна – поддержание и обеспечение социального порядка. «Если нет сильной внутренней идеологии, нация распадается на противоборствующие этнические, расовые и сословные группы» [4, с. 217]. Такая мифология является в любой своей форме фундаментом социальной и политической составляющих общества на определённом этапе. XX век и его массовая культура породили целостную систему мифологем и архетипов, которая должна расставить всё по своим местам. Такая система обязана указать каждому человеку его место и роль в существующем порядке, ответить на самые главные вопросы в доступной и часто даже спекулятивной форме. Отметим, что массовое сознание достаточно нестабильно и даже невротично. В связи с такой характеристикой оно не может иметь рациональный характер и, как правило, определяется механизмами бессознательного, иррационального и даже мистического, опираясь на архетипы и мифологию. «Целью манипуляционных практик

является контроль над целевой аудиторией, сокрытие до определённого момента истинных намерений коммуникатора с широким использованием различных психологических приёмов внушения, нейролингвистического программирования» [5]. Что мы имеем в виду под понятием «манипуляция», которое стало обычным и обыденным сегодня. Есть «хозяин», который, используя средства психологического воздействия, дергает за невидимые нити своих «кукол». «Манипулятор-кукловод» играет, а живые куклы – люди – создают особый мир, мир иллюзий по его заказу. Результатом такой манипуляции является создание необходимых представлений о желаемом и реальном, добре и зле, справедливом и несправедливом, красоте и некрасивости, героизме и предательстве. Это легко сделать, опираясь на совокупность определённых архетипов, которые актуальны в данное время. Язык манипуляции частично соткан из архетипов, но сам процесс должен быть скрыт или хотя бы завуалирован. Он должен выглядеть как неустанные хлопоты о самом народе и его благе. Интересно, что в XX веке, когда образованность стала нормой, когда возник читающий всё подряд человек, произошёл странный процесс. Критичность в оценке событий и информации, наоборот, резко упала, а манипуляция обществом многократно возросла. К сожалению, сегодня возможности манипулирования людьми, их интересами и потребностями просто безграничны, ибо опираются на огромную мощь современных средств коммуникации – печать во всех её видах, кино, телевидение, Интернет с его «информацией обо всём и всех». Фактически все они выполняют «кодировку» людей, программирование их желательных реакций, мнений и поведения. При этом существует множество технологий воздействия: слухи, сплетни, мистификация, создание лжесобытий, лжекартинок, «горы трупов», сила традиций, образ спасителя и героя, образ врага и многое другое. При этом информация сознательно деформируется или искажается в интересах «кукловодов». Её целью является деградация критичности, стереотипность мышления, создание эффекта правдоподобности, но не сама правдивость. Информация должна оказывать сильное психическое воздействие, быть

эмоционально заряженной, вызывать состояние беспокойства, страха, потрясения и даже невроза. При этом, как мы уже отмечали, её воздействию подвергаются не наивные, безграмотные индивиды, а люди вполне образованные, считающие себя рационально мыслящими. Такое состояние дел ещё более провоцирует и оттачивает мастерство манипуляции, делает её более технологически тонкой, что в результате позволяет человеку ощущать себя якобы критически мыслящим и свободным в свободном обществе. Слово «свобода» имеет просто мистическую силу, ибо все мечтают быть свободными и каждое своё слово и действие считать своей заслугой и своим рациональным выбором. Именно возможность выбора рассматривается в современном обществе как основа и главная гарантия свободы. Массовое сознание играет данным понятием, будто мячиком, как в области морали, искусства и творчества, так и в области политической, например, свобода выбора политического лидера или президента. Быть свободным – вот основная цель! Но такая целеустремленность создаёт трудности в процессе управления и поддержания порядка, эффективности самого процесса манипуляции. Чтобы человек и общество сделали «правильный» выбор, надо его просто подсказать, а вернее, внушить любым способом. Конечно, манипуляция не является всемогущей и не может возникнуть на пустом месте. Общественное сознание должно быть подготовлено к приёму информации в таком виде в данный период. В наше время это становится достаточно простым процессом, так как очень быстро можно донести нужный образ до индивида средствами массовой информации. При этом требование одно – образ должен быть простым, понятным, часто повторяющимся и запоминающимся, не обладать лексической и семантической сложностью, вызывать четкие эмоции. В своё время это был, например, постоянно тиражируемый образ капитализма. Старшее поколение прекрасно помнит стереотип капитализма как несправедливого, развращенного, загнивающего, больного, потребительского общества. Другой пример это социализм – справедливое общество небогатых, трудолюбивых, честных, равных, но счастливых людей. Оба образа достаточно

далеки от реальности. Конечно, как мы говорили, манипуляция не равна для всех, ибо всегда существует оппозиция общепринятому и должному мнению. Однако это не ведёт к резкому уменьшению эффекта манипуляции, наоборот, в подобном противостоянии она адаптируется, расширяется, ищет новые стили, образы и методы воздействия [6]. Каждый человек в нашем мире находится во власти внушения, воздействия культуры, мифологии, коллективного бессознательного в форме архетипов. Оказывается, критическую рефлексию достаточно просто преодолеть, примером чего является судьба гитлеровской Германии. За короткое время страна поэтов и учёных превратилась в страну убийц. Целой нации удалось внушить миф об их биологической исключительности и социальном превосходстве над другими народами. За основу были взяты притягательные для масс идеи чистоты крови, истинного арийца, элиты и черни, воли к власти и идея сверхчеловека. Эти идеи «упали» на подготовленную социальную «почву» в нужное время. Результатом стали мировая война, разрушенные и сожжённые города, небывалые беды и неслыханное до этого количество жертв. Фразу Ф. Ницше, в которой был совсем иной смысл – смысл элитарности духа, прекрасно приспособили для целей превосходства немецкой нации над всем миром: «Жизнь – это кладёшь радостей, но все колодцы отравлены там, где пьёт чернь» [3]. Чернь (не арийцы) подлежала уничтожению! Сегодня многие исследователи выделяют присутствие элементов мифа и наличие архетипов как основную характеристику массового сознания. Как феномен, массовое сознание начинает активно исследоваться с XIX века. Исследования этого периода отражают представления о массовом сознании как сознании «тёмных масс». В работах, например У. Липпмана или Г. Лебона, часто используется понятие «толпа». Именно Липпману мы обязаны появлением такого понятия, как «стереотип», без которого в своей речи сегодня мы не можем обойтись. В конце века появляются новые направления в исследовании феномена масс и массовой культуры, резкое противопоставление элиты и массы. Это работы Ф. Ницше, Х. Ортега-и-Гассета, О. Шпенглера, в которых

утверждается, что с определённых пор главную роль в обществе играют вовсе не личности, а масса, преклоняющаяся перед всем заурядным, простым и понятным. Поэтому масса состоит, как правило, из примитивных и невежественных людей, которые счастливы уже тем, что похожи друг на друга. Не случайно Шпенглер, характеризуя новый век, называет его веком гибели настоящей культуры и прихода нового мира – мира цивилизации. Признаками этого мира являются развитие индустрии, деградация искусства и морали, огромное перемещение и скопление людей в городах, превращение народа в безликие массы [7]. В отдельную группу следует выделить представителей марксизма, для которых характерно понимание массового сознания с совершенно иной, даже оптимистической интерпретацией происходящих социальных процессов. Они делают упор на общие представления и общие эмоции, в основе которых лежат подобные структуры практической деятельности и сам процесс общественного труда. Поэтому часто слово «массы» не используется, особенно в негативном варианте, а используется понятие «народ» или «трудовой народ». Анализ массового сознания – одна из проблем, которую можно изучать различными методами. 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 [8]. Если идти этим путём, то мы обнаружим, что массовое сознание включает в себя некие древние основания, матрицы в виде символов и прообразов. Именно они предшествуют опыту всякого индивида и его индивидуальному сознанию. В своей уникальной теории коллективного бессознательного, созданием которой Юнг бросил вызов Фрейдю, он впервые назвал такие прообразы и символы архетипами, о которых мы говорим. Под коллективным бессознательным необходимо понимать весь

предшествующий опыт предков, ушедших в прошлое поколений. Мы можем назвать архетипы наследственной, или генетической, памятью. Всё, что когда-то было пережито миллионами людей, покоится, как составляющая, внутри нас и нашего бессознательного, являясь неотъемлемой частью. Благодаря врожденным структурам нашего мозга, эти образы наследуются и передаются от поколения к поколению. В ситуации массового скопления людей мы замечаем сами, как происходит «подключение» к коллективному бессознательному, общему психическому состоянию – радости, грусти или психозу. В толпе человек автоматически подчиняется определённым нормам, ритуалам и правилам, независимо от своей воли. Его сознание как будто отключается, появляется иной человек, иногда неожиданный и непонятный для самого себя. Происходит отождествление себя с другими. Примером этого может являться изменение речи, жестов, самого поведения в ситуации скопления людей – на митинге, демонстрации, концерте, экскурсии или в храме. Слившись с коллективным бессознательным, человек ощущает новые эмоции, волнение, уходят страхи и ощущение ненужности или одиночества. В едином порыве, в единении с другими приходит ощущение иллюзорной безопасности, уверенность в правильности своего выбора или необходимости данных действий. Происходящее обретает истинность. Эта особенность человеческой психики лежит в основе умения манипулирования и управления массами. Мастерство манипуляции состоит в том, чтобы понимать и учитывать нужные образы из прошлого, те архетипы бессознательного, с которыми в данный момент имеет дело общество и которые можно эффективно использовать. Разная культура и национальность, разные ценности и вера, идеалы и убеждения – всё должно учитываться и преломляться на практике манипулирования. У каждого архетипа есть своя целевая аудитория. Манипуляция не сработает, если не учитывать, например, пол, возраст, происхождение, национальность, особенности вероисповедания и конкретную ситуацию в обществе. При этом архетипы должны выполнять ряд социальных функций: гносеологическую, коммуникативную,

волевою и аксиологическую. Целью является прежде всего создание системы единых ценностей. Как мы знаем, архетипические образы и сюжеты могут быть сумбурны, алогичны, сказочны, фантастичны, но именно эта иррациональность и придает им силу, позволяя незаметно управлять массовым сознанием. В чём секрет древних образов, символов и сюжетов? Каким образом они проникают в наше сознание и становятся частью нашего «Я»? Почему мифология и архетипы так легко обрабатывают нас, подчиняя и делая фактически неспособными к критическому восприятию происходящего? Почему архетипы играют важную роль даже в обретении человеком смысла жизни? Сам К.Г. Юнг считал, что это не зависит от нас и происходит автоматически. Существуют фундаментальные человеческие основания, первоначальные общекультурные образы, стереотипы и чувства, языковые матрицы, передаваемые по наследству от поколения к поколению. Испытывая и используя их, сами люди этого просто не замечают. По Юнгу, незаметно для себя самих человек и общество пытаются организовать свою жизнь и отношения, выстроить идеалы в соответствии с уже имеющимися архетипами. Тем самым бессознательное, играя компенсационную функцию, расширяет возможности самого сознания, дополняя его до целостности. Формами такого расширения сознания являются мифы, легенды, сказки, эзотерические учения, фантазии и символические сны. В них человеком переживаются сама история и опыт предков, формируются свой жизненный опыт, своя индивидуализация [9]. Каждой общности будут соответствовать свои образы, свои нормы и ценности – свои архетипы. Продолжительность их «жизни» очень различается: так, социально-культурные образы Христа или Мухаммеда существуют уже многие столетия, лежат в фундаменте религий, приобретая святое значение и особый смысл. Многие образы и символы, которые подарила человечеству массовая культура, едва ли будут столь долговечны. Древнейшими архетипами являются «друг» и «враг», «свой» и «чужой». Сущностью их является создание устойчивого образа, упрощающего наше представление о мире, указывающего наше место в нём и порядок выстраивания

отношений с другими людьми. Это своеобразная «шпаргалка», которая позволяет с лёгкостью делить и упрощать социальное пространство, выполнять функцию социальной организации и дифференциации. Согласимся, может и с неохотой, что каждый из нас находится во власти подобного представления, а поэтому противиться существующим архетипам, как и самому процессу манипуляции, бессмысленно. Коллективное бессознательное полностью подчиняет нас своей воле, так как опыт человечества велик и многообразен, а наша жизнь достаточно коротка. Однако большинство людей считает свои поступки результатом собственного уникального выбора и собственной свободы. Человек принимает всё либо как должное, либо как необходимое при данных обстоятельствах. Воздействовать на образы прошлого, учитывая ситуацию в настоящем, – вот истинная цель манипуляторов и искусство манипуляции. Мы живём образами, а именно воображаемыми образами, таящимися в подсознании, иногда путаясь, какой же образ истинный и является собственным образом. Вся наша жизнь, общество, культура, хотим мы этого или нет, отражается нами, в частности, и на бессознательном уровне. Наше бессознательное заполнено тем, что нам встречается в процессе жизни, начиная со сказок, стихов, с легенд, кинофильмов, рассказов других современников, и дополняется своими собственными впечатлениями и информацией. Образы обрабатываются, переплетаются, модернизируются, и в результате каждый из нас создает целостную картину образов, которая характерна именно для него. Но, несмотря на кажущуюся индивидуальность, она может быть похожа на картины других людей, оперирующих подобной информацией и имеющих подобные архетипы. Такая схожесть картин будет порождать схожесть наших мыслей, поступков и приоритетов. Архетипов и связанных с ними сюжетов существует великое множество, но остановимся только на некоторых. Так, французский исследователь Рауль Жирарде, анализируя политические мифы, в своём труде «Мифы и политическая мифология» выделил четыре основных: о Заговоре, Золотом веке, Герое-спасителе и Единстве. Жирарде считает, что именно социальная неста-

бильность порождает коллективную неустойчивость психики, которая стимулирует обращение к мифам и мифологии. Такую ситуацию он называет «вывих психики». Её корни находятся «в страданиях и неуверенности индивида, блуждающего во тьме неудовлетворённых стремлений и бесплодных надежд» [10]. В такой ситуации на первое место выходит миф о герое и архетип героя, который выступает наиболее эффективным механизмом манипулирования массовым сознанием, это спасательный круг, за который может ухватиться массовый человек. Там, где он не смеет полагаться на собственные силы, собственный разум и волю, ему должен послужить герой. Архетип героя, миф о герое выступает средством организации массового человека и массового сознания. С его помощью рождается вера в то, что все преграды будут преодолены, а все враги повержены. Находясь рядом, «под одними знаменами» с героем, борясь против несправедливости и современных «чудовищ», человек переживает данное событие как героическое. Он ощущает себя помощником или соратником героя, оваянным его славой. Примером могут служить постоянные революции в Кыргызстане «во имя добра и процветания», ожидание появления очередных «героев», ощущение причастности к великим переменам. Массовое сознание, сознание человека массового общества принимает эти процессы в качестве героизированного хода вещей, приобщения к ходу истории и поднятия самооценки. Необходимо найти подобных героев в реальности, а затем наделить претендентов на эту роль соответствующими магическими качествами. Чаще всего это герой-страдалец, жертвующий собой во имя народа или великой цели. Здесь приходят на помощь, например, миф о Прометее или Геракле. Герой непременно обладает сильной харизмой. Это могут быть невиданная сила, доброта, дар пророка, ясновидящего, непревзойдённый талант полководца или воина, необычные личностные качества, перенесённые беды и потери. В герое часто изображают богатыря, избранника богов и даже богочеловека. Он могуч, побеждает зло, чудовище, дракона – версии могут быть разные. Цель одна – освободить Родину и свой народ от зла и насилия. Архетип героя, его

нелегкая судьба и страдания – вот излюбленная тема, вокруг которой можно выстроить целостную картину, которая будет взята за основу дальнейших действий. Конечно, архетип, любой образ адаптируются к новому времени и новым реалиям, подгоняясь под них. Но цель его в любом случае – послужить не критичному восприятию людей и сложившихся обстоятельств. Необходимо вызвать чувства восторга и даже влюблённости населения в такого героя, сопереживание его бедам, готовность следовать за ним. Голос разума не слышим народом и толпой, а вот символы, образы и архетипы справляются с такими заданиями прекрасно, поэтому власть не тратит время на разумные призывы и размышления. Так как современное общество находится в состоянии затяжного кризиса и нестабильности, то его судьба неразрывно связана с процессом перемен и возрождения. Герой – это всегда символ перемен, поэтому он является источником всех надежд и упований на счастливое будущее. Герой не только разрушает прежний порядок, но в его власти – создание нового порядка. Он поднимает за собой массы, мобилизуя их энергию для непрерывного обновления мира, ведёт их через все трудности и невзгоды, придаёт им силы, внушает надежды. При этом нельзя ставить под сомнение поступки и подвиги героя, так как массовое сознание не имеет права на сомнение и критику действий героя. Так решила сама судьба и жизнь.

Итак, ситуация сегодняшнего дня: технологический прогресс, появление массового общества и массовой культуры, интенсивное образное мышление, связанное с возможностями самой культуры, ведут к стандартизации в мышлении и поведении. Эта стандартизация происходит путем незаметного навязывания системы архетипов и мифологем, которую мы порой не замечаем или спокойно принимаем. Новые возможности, новые технологии и сама специфика массового общества позволяют создавать «заданную» реальность, которая будет совпадать с нашими ожиданиями и базовыми архетипами. Подстраиваясь под новую реальность, архетипы становятся достаточно сильными, жизнеспособными и выполняют свои функции в манипулировании массовым сознанием.

*Литература*

1. *Ортега-и-Гассет Х.* Восстание масс // Избранные труды / Х. 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 / Ф. Ницше; пер. Д. Борзакковского. СПб.: Издание М.В. Ключкина, 1900. Т. 1 (собр. соч.).
4. *Московичи С.* Век толп / С. Московичи. М.: Институт психологии РАН, 1998.
5. *Джунушалиева Г.Д.* Политические PR-технологии и специфика их применения в избирательных кампаниях / Г.Д. Джунушалиева, А.А. Лаптина // Вестник КРСУ. 2018. Т. 18. № 7. С. 123–126.
6. *Кара-Мурза К.Г.* Манипуляция сознанием / К.Г. Кара-Мурза. М.: Эксмо, 2000.
7. *Шпенглер О.* Закат Западного мира / О. Шпенглер. М.: Альфа-книга, 2014.
8. *Мамардашвили М.К.* Символ и сознание / М.К. Мамардашвили. М.: Азбука-Аттикус, 2011.
9. *Юнг К.Г.* Психология бессознательного: собр. соч. / К.Г. Юнг. М.: Канон, 2019.
10. *Флад К.* Политический миф. Теоретическое исследование / К. Флад. М., 2017.