

RU

## Суггестивное воздействие стереотипов (на материале современных англоязычных СМИ, создающих образ России)

Зырянова И. Н., Косяков В. А.

**Аннотация.** Цель данного исследования - выявить суггестивный потенциал стереотипов в современных СМИ. Статья посвящена исследованию суггестивного воздействия стереотипов на материале современных англоязычных СМИ, в которых представлен образ России. В статье рассматриваются такие понятия, как «стереотип» и «суггестия», приводится типология стереотипов, описываются основные их функции. Научная новизна состоит в том, что стереотип рассматривается авторами с точки зрения суггестивного воздействия на сознание общества. В работе также исследуются языковые средства, с помощью которых формируется искусственный стереотип, способный оказывать суггестивное воздействие. В результате анализа примеров был выделен основной стереотипный образ России, который создается в англоязычных СМИ, а также способы его языковой реализации.

EN

## Suggestive Impact of Stereotypes (by the Material of Modern English-Language Media That Create the Image of Russia)

Zyryanova I. N., Kosyakov V. A.

**Abstract.** The aim of this study is to identify the suggestive potential of stereotypes in modern media. The article is devoted to studying the suggestive impact of stereotypes by the material of modern English-language media, which present the image of Russia. The article considers such notions as a stereotype and suggestion, provides a typology of stereotypes, and describes their main functions. The scientific novelty lies in the fact that the stereotype is considered by the authors from the point of view of a suggestive impact on the consciousness of society. The paper also studies the linguistic means by which an artificial stereotype is formed that can have a suggestive impact. As a result of analysing the examples, the main stereotypical image of Russia, which is created in the English-language media, as well as the ways of its linguistic implementation, have been identified.

### Введение

Появление в языкознании таких смежных научных отраслей, как лингвистическая антропология, когнитивная, социальная, гендерная лингвистика, психолингвистика, свидетельствует о существенном смещении в научной парадигме. В современной лингвистической науке наблюдается повышенный интерес в области исследования функций языка и его роли в процессе познания и воздействия. Однако проблема взаимосвязи языкового и суггестивного плана человеческого сознания остается недостаточно изученной. В этой связи изучение стереотипов, а также суггестивных возможностей текстов СМИ, в которых формируются те или иные стереотипы, представляется весьма актуальным на сегодняшний день.

Достижение поставленной цели обусловило решение определенных задач, а именно: определить, что понимается под феноменом стереотипа в смежных научных дисциплинах; описать существующую типологию стереотипов и их функции; найти и проанализировать стереотипы в современных англоязычных СМИ, оказывающие суггестивное воздействие; выявить языковые средства создания стереотипного образа.

При написании статьи авторами применялись следующие общенаучные методы: наблюдение, анализ, синтез, сравнение, а также такие частные методы лингвистического исследования, как анализ словарных дефиниций и описательно-интерпретативный метод.

Решение поставленных задач стало возможно благодаря теоретической базе, представленной трудами по психологии (Агеев, 1986; Фокина, Комарова, 1999; Майерс, 2011), социологии (Липпман, 2004; Кара-Мурза, 2007), философии (Субботина, 2018) и лингвистике (Рябова, 2003), а также работами, которые посвящены описанию понятий стереотипа и суггестии в области технологий речевого воздействия (Иссерс, 2009; Шелестюк, 2014; Кондоба, 2015), психо-лингвистики (Вепрева, 2005) и когнитивной лингвистики (Лакофф, 1988; Косяков, 2009).

В исследовании были использованы материалы Философской энциклопедии (<https://rus-philosophical-enc.slovaronline.com/8116-СУГГЕСТИЯ>) и словарей (Краткий словарь когнитивных терминов /под общ. ред. Е. С. Кубряковой. М., 1996; Социальная психология. Словарь / под. ред. М. Ю. Кондратьева // Психологический лексикон. Энциклопедический словарь: в 6-ти т. / ред.-сост. Л. А. Карпенко; под общ. ред. А. В. Петровского. М., 2005. Т. 2; Азимов Э. Г., Шукин А. Н. Новый словарь методических терминов и понятий (теория и практика обучения языкам). М., 2009).

Практическая значимость работы заключается в том, что результаты исследования могут расширить наше понимание о суггестивной роли СМИ в процессе формирования стереотипов. Полученные данные могут быть использованы при составлении учебных пособий по журналистике, политологии и межкультурной коммуникации, а также при разработке теоретических курсов по теории языка, теории аргументации и речевого воздействия.

## Основная часть

Стереотипы играют важную роль в процессе формирования личности и её взаимодействия с обществом. Их природа и применение напрямую соотносятся с особенностью понимания, категоризации и интерпретации человеком окружающего мира. Стереотипы удовлетворяют психологическую потребность в экономии познавательных усилий путем сокращения и упрощения сложных явлений и феноменов до более простых, понятных «шаблонов», а также помогают человеку почувствовать себя членом некоей социально-культурной общности, противопоставляя её другим группам.

Первоначально понятие «стереотип» (от греч. *stereos* – твердый и *typos* – отпечаток) использовалось в типографском деле, где оно обозначало форму для печати оттисков. Аналогичную функцию стереотип выполняет в языке. Как в типографии из-под печатного пресса выходят тысячи идентичных страниц, так и в языке происходит тиражирование стереотипа. Через языковую деятельность сотни тысяч людей приобретают схожие знания как опосредованный языком опыт и в дальнейшем передают его следующим поколениям практически без изменений. Такие люди могли никогда не встречаться с представителем определенной группы, не знать культуры, истории или особенностей поведения, однако они точно уверены, что все представители группы наделены схожими чертами, которые фиксирует стереотип (Косяков, 2009).

Впервые в научный оборот понятие «стереотип» было введено журналистом У. Липпманом (Lippmann, 1922) в книге «Общественное мнение», под ним понимаются некие образы представителей других групп, призванные объяснить и дать оценку их поведению. Стереотип, представляя собой предубежденный и неточный шаблон, является необходимым инструментом познания человека, поскольку значительно упрощает его взаимодействие с окружающим миром (Липпман, 2004).

В современных гуманитарных науках выделяются различные виды стереотипов, однако какой-то единой классификации не существует. Выделяются *автостереотипы* – то есть схематичное, обобщенное мнение членов какой-либо группы о себе, и *гетеростереотипы* – представления о других группах и народах (Философская энциклопедия; Рябова, 2003). В социологии, психологии и лингвистике употребляется термин «социальный стереотип», который обозначает этнические, гендерные, профессиональные и другие виды стереотипов (Агеев, 1986; Лакофф, 1988; Майерс, 2011).

Стереотип считается преимущественно комплексным явлением. Так, «под социальным стереотипом обычно понимают упрощенный, схематизированный, эмоционально окрашенный и чрезвычайно устойчивый образ какой-либо социальной группы или общности, с легкостью распространяемый на всех её представителей. Нередко при определении социального стереотипа подчеркивают его целостность, ярко выраженную оценочную и ценностную окраску, нагруженность его так называемым ошибочным компонентом и т.п.» (Агеев, 1986, с. 95).

Социальный стереотип – это относительно устойчивый и упрощенный образ социального объекта (группы, человека, события, явления и т.п.), складывающийся в условиях дефицита информации как результат обобщения личного опыта индивида и нередко предвзятых представлений, принятых в обществе. Хотя стереотип не всегда отвечает требованию точности и дифференцированности восприятия субъектом социальной действительности, он играет существенную роль в оценке человеком окружающего мира, поскольку позволяет резко сократить время реагирования на изменяющуюся реальность, ускорить процесс познания (Социальная психология. Словарь).

В когнитивной лингвистике под стереотипами понимаются особые формы обработки информации, облегчающие ориентацию человека в мире. Признаки, содержащиеся в стереотипах, используются говорящими для оценки отнесенности предметов к тому или иному классу и приписывания им определенных характеристик. При этом выделяются следующие функции стереотипа: 1) когнитивная – генерализация при упорядочении информации, когда отмечают что-либо бросающееся в глаза; 2) аффективная – определенная мера

этноцентризма в межэтническом общении, проявленная как постоянное выделение «своего» в противовес «чужому»; 3) социальная – разграничение «внутригруппового» и «внегруппового»: приводит к социальной категоризации, к образованию социальных структур, на которые активно ориентируются в обыденной жизни (Краткий словарь когнитивных терминов). В нашей статье выделяется ещё суггестивная (внушающая) функция, которая позволяет обществу оказывать мощное и эффективное суггестивное воздействие на составляющие его личности, заставляя их принимать и разделять цели общества, зачастую в ущерб интересам индивида, а также действовать в соответствии с требуемой целью.

Под «суггестией» (от лат. *suggestio* – внушение; намек) мы понимаем метапонятие, которое обозначает совокупность различных механизмов и форм (вербальных и невербальных) воздействия на сознание, волю и поведение человека или группы людей (суггеренда), основной целью которого является создание определенной реакции у суггеренда, побуждение к совершению действия, отказ от установок, планов, намерений, изменение эмоционально-чувственной сферы и отношения (Философская энциклопедия; Новый словарь методических терминов и понятий).

Одна из основных функций языка заключается в суггестивном воздействии на других людей с целью повлиять и изменить их поведение необходимым для суггестора образом. Суггестия осуществляется на различных уровнях: общество – индивид и индивид – индивид. Возникает необходимость в инструментах оказания суггестивного воздействия, которые убедят отдельных индивидов в справедливости и обоснованности действий общества, даже в том случае, когда они противоречат интересам и здравому смыслу составляющих его личностей.

Необходимо отметить, что стереотип представляет собой естественный инструмент категоризации человеческого опыта; не существует людей, полностью свободных от стереотипов. Единственным, что может уберечь человека от вынесения стереотипных суждений, является его собственный опыт. Когда человек приобретает опыт взаимодействий, значительно отличающийся от стереотипа, он может воспринять новые факты достаточно критически, не доверяя им. Только детально зная историю, культуру и язык определенного этноса как межпоколенной группы людей, объединенных длительным совместным проживанием на определенной территории, общим языком, культурой и самосознанием, мы можем освободиться от стереотипа, диктуемого опытом нашей языковой деятельности. Данное явление представляет собой *контрсуггестию* – это своего рода защитные средства ограничения суггестивного воздействия в процессе стереотипизации того или иного образа.

Определяя стереотипы как неотъемлемые компоненты индивидуального и массового сознания, С. Г. Кара-Мурза (2007) отмечает, что «благодаря им происходит необходимое сокращение восприятия и иных информационных и идеологических процессов в сознании, что значительно экономит познавательные усилия человека. Обычно стереотипы включают в себя эмоциональное отношение человека к каким-то объектам и явлениям, так что при их выработке речь идет не только об информации и мышлении, а о сложном социально-психологическом процессе» (с. 191).

Получив распространение в СМИ, стереотипы закрепляются в языке и воспринимаются его носителями как истина. Формируясь в сознании личности, «как и предрассудки, стереотипы являются следствием суггестивного воздействия», которое оказывается с помощью средств массовой информации (Субботина, 2018, с. 66).

Стереотипы существуют в виде образов, ассоциативных связей или моделей поведения, находящихся в сознании человека. Соответственно, единственным способом доступа к такому стереотипу является его языковая репрезентация. Язык в таком случае представляет собой единственно возможную среду возникновения и существования стереотипа. Человек, приобретая посредством языка уже готовый и эмоционально окрашенный стереотип, модифицирует его в соответствии с собственной картиной мира.

Стереотипы выполняют своего рода защитную функцию, создавая положительный образ собственной группы «мы» и отрицательный – других групп «они» (Калашников, 1996; Фокина, Комарова, 1999; Рябова, 2003). В случае расхождения или несовпадения в культуре или поведении у людей возникает потребность в определении «своего» этноса или «своей культуры», в которой люди ведут себя правильно и разумно в противопоставлении «чужому». Понятие «чужой» может иметь различные значения, от чего-то необычного, недоступного, находящегося за пределами родной культуры, до чего-то негативного, злого и открыто враждебного. При возникновении трудностей и проблем человеку проще обвинить в этом противоположную группу, а не считать себя виноватым в собственных неудачах. Такие люди скорее всего не имеют опыта непосредственного взаимодействия с представителями стереотипируемой группы, заменяя его готовыми установками, существующими в обществе и приобретаемыми посредством языка. Такие установки распространяются обществом в основном с помощью средств массовой информации.

По природе происхождения стереотипы можно разделить на две группы. Некоторые стереотипы возникают естественно, в процессе взаимодействия определенной части общества с той или иной группой или явлением. В таком случае стереотип аккумулирует опыт взаимодействия отдельных представителей социума и передает его посредством языка обществу в целом. Другая группа – это стереотипы, созданные искусственно. Такие стереотипы возникают в том случае, когда социум практически не имел контактов с какой-либо группой, однако создание такого образа необходимо обществу для решения определенных задач.

В качестве примера искусственно созданного стереотипа можно привести стереотипный образ России и образ русского человека, появившийся во время «холодной войны». Этот образ был призван дискредитировать СССР, представляя его в роли агрессора. Тем не менее это не послужило препятствием для создания чрезвычайно устойчивого, во многом враждебного стереотипного образа, который существует до сих пор.

На материале различных статей англоязычных СМИ нами был выделен стереотипный образ России-агрессора, который враждебно настроен и несет опасность всему миру. При анализе фактического материала,

опубликованного крупными новостными агентствами (CNN, Fox, BBC и др.) для описания нашей страны, в текстах и заголовках статей преимущественно используются слова “Russia” / «Россия» и “Kremlin” / «Кремль» (здесь и далее перевод авторов статьи. – И. З., В. К.).

“How Russia spread a secret web of agents across Ukraine” (<https://www.foxnews.com/world/how-russia-spread-secret-web-agents-across-ukraine>). / «Как Россия создала шпионскую сеть агентов на Украине»; “How is that Kremlin bank account looking?” (<https://www.foxnews.com/world/how-kremlin-bank-account-looking>). / «Как выглядит банковский счет Кремля?».

Для создания образа, способного оказать суггестивное воздействие на сознание читателя, делается упор на такую базовую эмоцию человека, как страх.

“Putin Ally Declares Russia Will Target This City First if World War 3 Erupts” (<https://www.benzinga.com/government/22/06/27852837/russia-will-target-this-city-first-in-the-eventuality-of-world-war-3-putins-ally-warns>). / «Как заявил сторонник Путина, в случае начала Третьей мировой войны, Россия возьмёт на прицел этот город в первую очередь».

“For supplying Kaliningrad, Russia may consider invading the Baltic, comprising Lithuania and Estonia, the former defense official told the TV...” (<https://www.benzinga.com/government/22/06/27852837/russia-will-target-this-city-first-in-the-eventuality-of-world-war-3-putins-ally-warns>). / «В своем телеинтервью бывший сотрудник министерства обороны сказал, что Россия может рассмотреть вторжение в страны Балтии, поскольку от этого зависит снабжение Калининграда».

В данной статье идёт речь о гипотетической возможности нападения России на страны Балтийского региона и, как результат, развязывания Третьей мировой войны. Автор статьи, внушая опасность нападения со стороны «враждебного» государства, пытается вызвать страх у читателя. Эффект суггестии достигается путем использования таких языковых средств с негативной коннотацией, как “target”, “World War 3”, “invading” / «взять на прицел», «Третья мировая война», «вторжение».

Необходимо отметить ещё один стереотипный образ – “Putin’s Russia” / «Путинская Россия», который очень часто встречается в статьях англоязычных СМИ:

“The economic sanctions and boycotts directed at Putin’s Russia have been and will continue to be a complete failure” ([https://www.americanthinker.com/articles/2022/03/there\\_is\\_a\\_timehonored\\_way\\_to\\_help\\_ukraine\\_quickly\\_defeat\\_russia.html](https://www.americanthinker.com/articles/2022/03/there_is_a_timehonored_way_to_help_ukraine_quickly_defeat_russia.html)). / «Экономические санкции и бойкот Путинской России были и будут полным провалом».

Стереотипный образ “Putin’s Russia”, культивируемый англоязычными СМИ, имеет негативную коннотацию, поскольку несет смысловую нагрузку того, что вся власть в России принадлежит одному человеку.

“Putin’s Russia: Still an Empire, Still Evil” ([https://www.americanthinker.com/articles/2013/03/putins\\_russia\\_still\\_an\\_empire\\_still\\_evil.html](https://www.americanthinker.com/articles/2013/03/putins_russia_still_an_empire_still_evil.html)). / «Путинская Россия: остается Империей, Империей зла».

Такой образ крайне удобен в формировании стереотипа. Страна в целом, внешняя и внутренняя политика, как и любое официальное решение или действие, напрямую ассоциируются с ее лидером. Например, статья по обмену заключенными между США и РФ озаглавлена:

“Putin’s prisoner swap calculus” (<https://edition.cnn.com/2022/07/13/opinions/brittney-griner-putin-prisoner-swap-dougherty/index.html>). / «Расчеты Путина по обмену заключенными».

Статья о выборах в Италии носит заголовок:

“Red alarm» raised in Italy while threat of Putin’s interference hovers over upcoming election” (<https://www.foxnews.com/world/raising-red-alert-over-italy-threat-putins-interference-hovers-over-upcoming-election>). / «В Италии объявлен “красный” уровень тревоги: над страной нависла угроза вмешательства Путина в предстоящие выборы».

В репортаже о совместном предприятии России и Судана напрямую указывается на существование у президента России своей личной армии:

“...Putin’s private army, the notorious paramilitary Wagner Group” (<https://edition.cnn.com/videos/world/2022/07/28/russia-sudan-gold-investigation-nima-elbagir-pkg-intl-ldn-vpx.cnn>). / «...частная армия Путина, печально известная военизированная организация – Группа Вагнера».

Подобный стереотипный образ создает у аудитории идеалистическую картину мира, в которой есть «плохой диктатор» и все бедствия и конфликты обусловлены его злой натурой. В этой картине мира отсутствуют такие объективные факторы, как глобальные экономические процессы, финансовые интересы других стран, военно-политические блоки и так далее. В результате создается отрицательный образ лидера страны, посредством которого обществу внушается мысль о преступном характере всей власти и ее нелегитимности. В подтверждение приведем пример из интервью с журналистом Джоном Свини, автором книги “Killer in the Kremlin” / «Убийца в Кремле». Законно избранный президент другой страны описывается следующим образом:

“...and what he likes to do, and this is absolutely part of his playbook, is to threaten terrifying violence... but what he is doing is trying to generate fear. That’s his playbook. Do not mess with me. As I say, or you will suffer. <...> I think it’s a catastrophic mistake for humanity, for Ukraine, for Russia, but also for Vladimir Putin’s grip for power” (<https://edition.cnn.com/videos/tv/2022/08/08/amanpour-john-sweeney-putin-ukraine.cnn>). / «...что он любит делать, и это часть его тактики – это запугивать окружающих чудовищным насилием... он пытается породить страх. Это его тактика. “Не лезьте в мои дела. Будет так, как я сказал, иначе вы пострадаете”. <...> По моему мнению, это чудовищная ошибка для всего человечества, для Украины, для России, но также для Владимира Путина; он не сможет больше цепляться за власть».

Используя такую эмоционально окрашенную лексику, как “killer”, “violence”, “fear”, “will suffer” / «убийца», «насилие», «страх», «пострадать», журналист создает у аудитории чувство опасности и неминуемой угрозы, уводя людей от рационального мышления, фактов и аргументов в сторону достаточно сильных эмоций.

В результате формируется яркий и устойчивый стереотип, который формально не является представлением о стране в целом, тем не менее приписывает государственной политике России агрессию, жестокость и стремление к насильственным действиям.

Подобный метод создания стереотипа не является чем-то новым, в частности, по такому же шаблону создавался образ Саддама Хусейна, который затем был перенесен на Ирак в целом.

*“Saddam Hussein knows what he wants: Domination of the Arab world with all its oil. Elimination of Israel. Vengeance on the United States. <...> The road to hell is paved with Saddam Hussein’s intentions”* (<https://www.newsweek.com/no-saddam-worse-134791>). / *«Саддам Хусейн знает, чего он хочет: стать главным в арабском мире, чрезвычайно богатым нефтью. Стереть Израиль с лица земли. Отомстить Соединенным Штатам. <...> Намерениями Саддама Хусейна вымощена дорога в ад».*

В следующем примере автор проводит прямую параллель между современной Россией и СССР, частично эксплуатируя стереотип времен холодной войны (страны-завоевателя, оккупанта, захватчика), и вызывает необходимое эмоциональное состояние в сознании читателей, а именно страха того, что российские войска не остановятся и продолжают своё наступление:

*“Putin’s «New Russia»*

*The key to understanding Putin’s goals in the «special military operation» is his desire to correct «historical anomalies», primarily to «master» those areas of Ukraine that had something Russian in their name: Novorossiya and Kievan Rus, called the «mother of Russian cities», and to prevent Ukraine’s access to the Black Sea. In general, a natural phenomenon is taking place in Ukraine: the first act of «development» of the lands by the empire. What comes next? The next, post-Ukrainian phase of the war is bound to come, for the Russian Federation is the legal successor of the USSR, and there are still many «unreleased» Soviet territories in various places. The Russian Federation also faces the challenge of «reclaiming» the «occupied» lands of the Russian Empire. The USSR and the Russian Empire left the Russian Federation with many problems of «mastering», «conquering», «liberating», «annexing» and «gathering» the lands that belonged to the two empires, the Soviet and Russian. The new Russia is not a new country, but a Russian Federation burdened with the great historical tasks of conquering territories”* ([https://www.americanthinker.com/articles/2022/07/putins\\_new\\_russia.html](https://www.americanthinker.com/articles/2022/07/putins_new_russia.html)). /

*«Новая Россия» Путина*

*Желание исправить “историческую несправедливость” является главным фактором, который поможет понять истинные цели Путина в рамках “специальной военной операции”. Основными задачами являются: “взять под контроль” те области Украины, в названиях которых есть что-то от слова Россия, например, Новороссии и Киевской Руси, которую еще называют “матерью городов русских”, и потеря Украиной выхода к Черному морю.*

*На Украине происходит естественный процесс, первый этап “освоения” земель империей. Что же будет дальше? Затем неизбежно наступит постукраинская фаза войны. Российская Федерация, которая считается законной наследницей СССР, обратит свой взор на ещё “неосвобожденные” территории, входившие некогда в Советский Союз. Также перед Российской Федерацией стоит задача по “возвращению” “оккупированных” территорий Российской империи.*

*В наследство от СССР и Российской империи Российской Федерации досталась непростая задача по “контролированию”, “покорению”, “освобождению”, “аннексированию” и “собираанию” земель, некогда входивших в состав двух империй, Советской и Российской. По сути, новая Россия – это не принципиально новое государство, это Российская Федерация, на которой тяжким бременем лежат великие исторические задачи по завоеванию территорий».*

Автор статьи, апеллируя к историческим событиям и неким закономерностям в истории России, использует лингвистические средства эмфазы, которые направлены на внушение читателям необходимой информации, сохраняя иллюзию непредвзятости и объективности: *“special military operation”, “unreleased” Soviet territories, “occupied” lands of the Russian Empire, “reclaiming”, “mastering”, “conquering”, “liberating”, “annexing” and “gathering” / «специальная военная операция», «неосвобожденные» территории Советского Союза, «оккупированные» территории Российской империи, «возвращение», «подчинение», «покорение», «освобождение», «аннексирование» и «собрание».*

Важно отметить, что именно с помощью средств массовой информации оказывается суггестивное воздействие на общественное сознание индивидов, культивируя чувство страха и безысходности; в результате человеком легче манипулировать и подчинять его своим целям.

## Заключение

Проанализировав существующие определения понятия «стереотип», авторы пришли к выводу, что это особый психологический и лингвистический инструмент категоризации опыта человека, который экономит его познавательные усилия, существенно ускоряя время оценки и реакции на изменяющуюся окружающую действительность. Стереотип возникает в условиях, когда человек имеет весьма ограниченные или неполные знания об объекте, что может привести к формированию неточного или заведомо неверного мнения. Кроме того, стереотип выполняет социальную функцию, помогая человеку выделить свою этническую, социальную или профессиональную группу «мы» в противовес другим группам «они».

Традиционно выделяются этнические, гендерные и профессиональные стереотипы. По способу возникновения стереотипы могут быть разделены на *естественные*, возникшие естественным путем как обобщенный и схематичный опыт взаимодействий нескольких групп, и *искусственно созданные* стереотипы, появившиеся в результате оказания целенаправленного суггестивного воздействия. В ходе анализа языкового материала

из средств массовой информации был выявлен искусственно созданный стереотип России, который ассоциируется с государственной властью, а именно с личностью президента В. В. Путина. Подобный стереотип рисует агрессивно настроенное государство с диктатором во главе. Выявленный стереотипный образ достигается использованием лингвистических средств эмфазы, эмоционально-окрашенной лексики с негативной коннотацией: *interference, invasion, catastrophic mistake, killer, violence* (*вмешательство, вторжение, чудовищная ошибка, убийца, насилие*), благодаря которым оказывается суггестивное воздействие на сознание индивидов, создавая языковой образ страны, представляющий прямую угрозу жизни и благосостоянию того или иного общества.

Таким образом, о стереотипе можно говорить как об одном из важнейших механизмов суггестивного воздействия, поскольку модифицируя языковой опыт человека, в том числе создавая или изменяя стереотипы, можно программировать поведение человека в определенных ситуациях, менять его ценностные ориентиры, политические взгляды и мотивировать его на определенные действия, которые не выгодны для него как для личности, но служат интересам определенной группы общества.

Представленное исследование дает возможность продолжить изучение данной проблематики, а именно авторы видят перспективу анализа суггестивных и контрсуггестивных механизмов искусственной стереотипизации на материале европейских языков.

### Источники | References

1. Агеев В. С. Психологическое исследование социальных стереотипов // Вопросы психологии. 1986. № 1.
2. Вепрева И. Т. Языковая рефлексия в постсоветскую эпоху. М., 2005.
3. Иссерс О. С. Речевое воздействие. М., 2009.
4. Калашников Э. В. Этнонимы как средство формирования субъективно-читательской перспективы // Язык в эпоху знаковой культуры: тез. докл. и сообщ. Междунар. науч. конф. (г. Иркутск, 17-20 сентября 1996 г.). Иркутск, 1996.
5. Кара-Мурза С. Г. Власть манипуляции. М., 2007.
6. Кондоба М. В. К проблеме определения понятия «контрманипуляция» в аспекте теории речевого воздействия // Экология языка и коммуникативная практика. 2015. № 2.
7. Косяков В. А. Стереотип как когнитивно-языковой феномен: на материалах СМИ, посвященных войне в Ираке: дисс. ... к. филол. н. Иркутск, 2009.
8. Лакофф Дж. Мышление в зеркале классификаторов. Женщины, огонь и опасность // Новое в зарубежной лингвистике. М., 1988. Вып. 23. Когнитивные аспекты языка / сост., ред. и вступит. ст. В. В. Петрова и В. И. Герасимова.
9. Липпман У. Общественное мнение. М., 2004.
10. Майерс Д. Социальная психология / пер. с англ. З. Замчук. Изд-е 7-е. М., 2011.
11. Рябова Т. Б. Стереотипы и стереотипизация как проблема гендерных исследований // Личность. Культура. Общество. 2003. Т. V. Вып. 1-2 (15-16).
12. Субботина Н. Д. Суггестия и контрсуггестия в обществе. М., 2018.
13. Фокина Т. П., Комарова С. Л. Феномен «социального стереотипа» и самосознание личности // МАПН. Материалы восьмых страховских чтений: межвуз. сб. науч. тр. Саратов, 1999.
14. Шелестюк Е. В. Речевое воздействие: онтология и методология исследования: монография. Изд-е 2-е, испр. и доп. М., 2014.
15. Lippmann W. Public Opinion. N. Y.: Harcourt, Brace and Company, 1922.

### Информация об авторах | Author information

**RU** Зырянова Ирина Николаевна<sup>1</sup>, к. филол. н.  
 Косяков Виталий Александрович<sup>2</sup>, к. филол. н.  
<sup>1,2</sup> Байкальский государственный университет, г. Иркутск

**EN** Zyryanova Irina Nikolaevna<sup>1</sup>, PhD  
 Kosyakov Vitaly Aleksandrovich<sup>2</sup>, PhD  
<sup>1,2</sup> Baikal State University, Irkutsk

<sup>1</sup> [irina\\_zyr@mail.ru](mailto:irina_zyr@mail.ru), <sup>2</sup> [irkutvital@yandex.ru](mailto:irkutvital@yandex.ru)

### Информация о статье | About this article

Дата поступления рукописи (received): 12.07.2022; опубликовано (published): 30.09.2022.

**Ключевые слова (keywords):** стереотип; социальный стереотип; суггестия; суггестивное воздействие; stereotype; social stereotype; suggestion; suggestive impact.