

*Евсеева Л.Н., к.филос.н., доцент  
кафедры профессиональной лингводидактики  
Института филологии и межкультурной коммуникации  
Северного (Арктического) федерального университета  
имени М.В. Ломоносова, г. Архангельск*

## **Роль СМИ в формировании стереотипного мышления современной молодежи**

Автор данной статьи ставит своей целью дать определение стереотипа, рассмотреть феномен стереотипизации мышления, определить роль и функции средств массовой информации в современном мире, выявить особенности воздействия СМИ на мировосприятие людей, в частности, молодежи, а именно, роль СМИ в формировании их стереотипного мышления. Автор попытается также наметить возможные пути разрешения вопроса негативного влияния современных СМИ на сознание и самосознание молодых людей, затрагивая тему духовности, и сделать выводы по рассматриваемым проблемам.

Современные гуманитарные науки определяют стереотип как «эмоционально окрашенный и обладающий высокой степенью устойчивости схематический стандартизированный образ или представление о социальном объекте»[4:стр.26]. Стереотипы есть элементы восприятия мира человеком, трансформируемые любым последующим мыслительным актом сознания. Они с легкостью закрепляются в сознании и подсознании населения, становясь исторической и культурной реальностью. Стереотипы как упорядоченные, схематичные, детерминированные культурой образы в голове человека тиражируются, передаются из поколения в поколение, приобретают более или менее актуальное значение в зависимости от общественных потребностей текущего момента[5:стр. 93]. Стереотипное мышление экономит усилия субъекта при восприятии сложных объектов окружающего мира. Стереотипы – это образы, становящиеся между действительностью и представлением человека об этой действительности.

Процесс стереотипизирования мышления обусловлен следующими причинами. Во-первых, это реализация принципа экономии усилий, характерного для повседневного человеческого мышления. Пред-понятия, возникающие не на основе личного опыта, управляют на глубинном уровне всеми процессами человеческого восприятия, вследствие чего человек начинает воспринимать то, что известно даже в малой мере, как хорошо известное и привычное, а то, что далеко от него – как однозначно чужое. Эти пред-понятия, однажды появившись, стирают новые впечатления старыми представлениями и навязывают тот образ окружающего мира, который воспроизводит память. Так происходит обеспечение индивидов максимумом информации при