

СТЕРЕОТИПЫ МАССОВОГО ПОЛИТИЧЕСКОГО СОЗНАНИЯ КАК ЗНАЧИМЫЙ ЭЛЕМЕНТ PR

Е. Ю. Красова

Воронежский государственный университет

Поступила в редакцию 14 февраля 2014 г.

Аннотация: в статье анализируются процессы стереотипизации политического сознания и их роль для PR. Апробируются результаты социологического исследования жителей г. Воронежа, посвященного стереотипам власти.

Ключевые слова: стереотипы, политическое сознание, коллективное бессознательное, технологии Public Relations.

Abstract: the processes of stereotyping of the political consciousness have been analyzed. The results of a sociological investigation of Voronezh citizens devoted to the stereotypes of the authority have been presented.

Key words: stereotypes, political consciousness, collective unconsciousness, Public Relations technologies.

В психологическое измерение политики и в основу управления политическим участием входит совокупность устоявшихся образов власти, управления государством и политических отношениях, сформировавшихся в массовом сознании. Подобные стереотипные представления обладают эмоциональностью, упрощенностью и символичностью. Политические психологи констатируют: российское общество сильно изменилось за последнее время, что создает новую «оптику восприятия» [1, 166-167]. Проявляются застарелые социальные стереотипы и фобии, что стало серьезным основанием для исследований в области политического бессознательного [2]. На базе выявления актуальных тенденций можно проследить возможные негативные процессы в массовом сознании и нивелировать их с помощью технологий PR.

Внести терминологическую ясность в понимание стереотипа непросто. Стереотип, как образ сознания, нечувствителен к логическим противоречиям, непроницаем для объективного опыта и формируется по собственным законам [3, 106]. Стереотипы не осознаются людьми, это естественное, нормативное мировосприятие. Для понимания феномена стереотипизации политического сознания важно выделить следующие моменты. Во-первых, стереотипы отражают в схематическом виде социально-политические ценности. Ценности, как известно, составляют систему координат, позволяющую человеку найти точку опоры, классифицировать многочисленные впечатления об окружающем мире политики. Во-вторых, стереотипы помогают вырабатывать эффективное политическое поведение, так как служат мгновенной подсказкой. В-третьих,

стереотипы являются своеобразным средством социальной психотерапии в условиях дефицита информации о политических ролях, отношениях и ценностях. Обыватель не понимает глубинную сущность сложных политических ситуаций. Он не может проверить абстрактные понятия личным опытом. Сложившиеся в сознании штампы приходят на помощь.

Следует обратить особое внимание на тот факт, что стереотипы являются побочным продуктом нормального процесса мышления. Психика человека работает так, что стремится свести сложные взаимосвязи к более простым. Происходит процесс категоризации – организации политического мира путем группировки объектов. Так, люди воспринимаются как представители какой-либо профессиональной группы, национальности, политической партии, то есть в качестве элемента однородного множества [4]. Такого рода элементам приписывается сравнительно небольшое число свойств, а их индивидуальные особенности ускользают от внимания. Избиратель может воспринимать политиков сквозь призму стереотипных образов «коммунист», «сторонник партии власти» или «оппозиции». Во время избирательных кампаний этот механизм во многом определяет выбор граждан, что существенно для работы PR-специалистов.

В структуру стереотипа входят когнитивные, эмоциональные и мотивационные компоненты. Эмоции при этом играют доминирующую роль. Именно этот факт способствует взрывам сильной энергетики, агрессии в условиях политических конфликтов. Как писал У. Липпман, стереотип начинает действовать еще до того, как включается разум [5]. Это накладывает специфический отпечаток на данные, которые воспринимаются нашими органами чувств еще до того, как эти данные достигают рас-

судка. Ничто так не сопротивляется образованию или критике, как стереотип.

Как и многие другие исследователи стереотипов, У. Липпман выделяет в феномене такую его важную сторону как догматизм. Западная традиция связывает стереотип с предубежденным представлением, необоснованным предвзятым мнением [6]. Политические институты и публичные политики воспринимаются массовым сознанием опосредованно через СМИ, а также через слухи, сплетни и анекдоты. Возникают эффекты «удаленного восприятия». Соответственно, политические стереотипы *очень часто умозрительны, обедняют и ограничивают процесс восприятия политических реалий. В то же время определение истинности или ложности стереотипного представления должно строиться на анализе конкретной ситуации* [7, 146].

Главное отличие собственно политического стереотипа от любого сиюминутного впечатления или суждения о политике состоит в его связи с механизмами памяти [4, 79]. Стереотипы включают механизмы запоминания информации и последующего взаимодействия с новой информацией на основе уже имеющихся «готовых» знаний. Они выражают привычное, традиционное отношение к объекту действительности, коррелируют с «наивной картиной мира». Авторы монографии «Социальное бессознательное» пишут: «...Коллективное бессознательное в форме не вполне осознаваемых побудителей и механизмов деятельности первоначально все же осознается... и лишь по мере автоматизации перестает осознаваться индивидом или группой, закрепляясь в системе... модальных для носителей данной культуры стереотипов» [3, 107].

Психологической предпосылкой стереотипа служит архетип – наследуемая склонность отвечать окружающей среде (реакция на выступление политика, новостная передача по телевидению и проч.) определенным способом. Являясь формой без собственного содержания, архетип побуждает индивида повторять мифические идеи о злодее и герое, о вожде и мудреце. И. Л. Викентьевым были выявлены типовые пары «вечных стереотипов», в которых наглядно выявляются архетипические основы [8, 250]:

– «победил-проиграл» (жизнь-смерть, господство-подчинение, гений-посредственность, редкий-стандартный, молодость-старость, свобода-несвобода, желание-возможности и т. п.);

– «изменение-сохранение» (мужчина-женщина, свой-чужой, заповеди-грехи и т. п.).

Предполагаем, что оппозиции господство-подчинение, молодость-старость, свой-чужой в большей мере характерны для российской политической культуры.

Попытаемся применить изложенные теоретические идеи к интерпретации результатов эмпирического исследования (лето 2013). Его основу состави-

ла серия интервью (100 респондентов – жителей г. Воронежа, отобранных по признакам пола, возраста, образования и рода деятельности). Использовались также анализ вторичных социологических данных и проективные процедуры. Оптимальным стало сочетание качественных и количественных методов сбора первичной информации.

Исходной посылкой для авторских размышлений послужил вывод, сделанный на основе общероссийских исследований, о непрозрачном характере образа российской власти [9, 150].

Испытуемым в ходе интервью было предложено согласиться или выразить несогласие со стереотипными суждениями о политике и политических структурах. Суждения носили разную эмоциональную окраску – от положительной и нейтральной до отрицательной:

«Власть в стране избирается народом»

«За все политические неудачи ответственность несет центральная власть»

«Политика – грязное дело»

«Политические партии представляют интересы населения»

«От людей в политике ничего не зависит»

«Все депутаты – воры»

В результате выбора респондентов сложилась следующая картина (суждения распределены по удельному весу ответов (ранг). См., табл. 1.

Очевидно, что преобладают негативные стереотипы. Именно они вышли на первые два ранговых места, третье место заняло нейтральное суждение. Верность этих данных, полученных в результате применения качественного метода исследования, подтверждается результатами воронежских и общероссийских опросов. Подавляющее большинство жителей г. Воронежа (88 %) согласны с утверждением «политика – грязное дело» [10, 19]. С 2006 по 2011 гг. количество людей, разделяющее этот стереотип увеличилось на 13 %. Аналитики Института общественного мнения по г. Воронежу «Квалитас» констатируют, что распространенность подобного ярлыка закрывает дорогу во власть честным людям, активное политическое участие становится неприемлемым для большинства.

«Левада-центр» провел общероссийский опрос уже в апреле 2013 г. по представительной выборке 1600 россиян. Более половины граждан России считают, что «Единая Россия» – «партия жуликов и воров» [11]. По мнению 62 % опрошенных, руководители государства более всего заботятся о сохранении и укреплении собственной власти. Только 26 % заявили, что чиновникам и депутатам важно процветание страны. По сведениям социологов, 27 % респондентов охарактеризовали власть как «воровскую и мафиозную», 16 % – как «слабую и неуверенную в себе», 13 % – «авторитарную и репрессивную» [12]. Лишь 14 % опрошенных считают руководителей государства «демократическими и правовыми» лидерами.

Ряд исследований последних лет свидетельствуют о традиционном для российского массового политического сознания и поведения феномене дистанцирования от любой власти. Устойчивой социокультурной мифологемой стало неверие в правосудие [3, 132]. Власть не только далека от народа, но и играет роль тяжелого бремени, которое люди не могут сбросить, поскольку она является всеобъемлющей, а сами люди, как показывает значительное число тестов, не ощущают себя полноправными участниками политического процесса [13, 19]. Неясность, связанная с субъектами осуществления власти, усиливает ощущение её теневого характера, порождает отчуждение граждан от власти [13, 21].

Ярко выраженными шаблонами политического сознания являются пословицы. Они выступают альтернативой понятийному мышлению, завуалированным суждением, это «культурно обусловленный стереотип, отсеянный временем и отложившийся в исторической памяти народа, причем косвенно отражающий коллективное бессознательное» [3, 119; 14, 197]. Использование пословиц и поговорок в прикладных исследованиях стереотипов весьма эффективно. Воронежским респондентам было предложено выразить свое согласие или несогласие с пословицами, отражающими отношение к власти:

Кому кнут да вожжи, кому хомут на шею
Народ тело, царь – голова
Не с добра волости встают
Нельзя быть земле русской без государя
Каждая птица в своем гнезде хозяин
Отольются кошке мышкены слезки
Ваша воля – наша доля
Царь думает, народ ведаёт
Не знаешь чести, так палок двести

Указанные пословицы в ходе анализа были сгруппированы таким образом, чтобы отразить обобщенную систему политических стереотипов. В результате были получены три вида политических ориентаций, имеющих в основе стереотипизацию политического мышления. Они распределены по удельному весу ответов (ранг). См., табл. 2

Демонстрируются атрибуты репрессивного мышления, в основе которого стереотип «сильной руки». Вместе с тем на второе место вышел протестный эмоциональный настрой.

Стереотипные образы политических лидеров традиционно выявляются посредством техники ассоциативного эксперимента. Так, рассмотрение политических фигур под углом зрения семантики анималистского символа дает возможность понять, с какими ролями и действиями ассоциируются изучаемые политические персонажи. Животные в архетипичных представлениях людей имеют постоянные атрибуты, «места действия» и специфику поведения. С помощью данной методики можно понять нюансы восприятия политика электоратом, уязви-

мые точки образа и направление его развития. В 2011 г. аналитики «Левада-центра» выяснили, что тогдашнего премьера В. Путин респонденты ассоциируют со львом, президента Д. Медведева – с медведем, а лидера эсеров С. Миронова сопоставили с котом [15].

Мы также попросили респондентов ответить на вопрос, с каким животным у них ассоциируется конкретный политик. Анималистская символика в образах политиков представлена в табл. 3. Ассоциации распределены по удельному весу ответов (ранг).

Наиболее определенные стереотипные представления сложились в отношении трех политических фигур – Д. Медведева, Г. Зюганова и В. Путина. Среди образов В. Путина, согласно ощущениям воронежских респондентов, превалируют сильные и опасные звери. Г. Зюганов, видимо, кажется более «домашним», то есть близкими по социальной дистанции, по сравнению с другими публичными политиками. В случае с М. Прохоровым, предпринимателем и миллиардером, представления участников эксперимента оказались вполне однозначными. Декоративная экзотическая птица – павлин – ассоциируется с такими традиционными качествами личности, как самовлюбленность, тщеславие, с выражением «распускать хвост». Вообще птицы символизируют в массовом сознании идеализм, отрыв от реальности.

В обнаруженных образах С. Миронов выступает размытой фигурой: наблюдается сильный разброс ассоциаций респондентов. Чаще всего политик ассоциируется с мелкими грызунами. Данный мифологический персонаж является «жадным и осторожным хранителем собственной норы и имущества», действует исподтишка. Он символизирует враждебную категорию, но лишённую силы и мощи.

Образ В. Жириновского отличается пародийностью. Именно в случае стереотипов об этой колоритной с точки зрения представленности на политической авансцене фигуре четче всего обнаруживается архетипичная связь. Образ «трикстера» (плута, озорника, шутника) характерен для древнерусских представлений.

«Сегодня ни один политик не может рассчитывать на то, что он просто «очарует» своего избирателя красотой, молодостью, риторикой или эффективным поведением», – пишет директор Центра политического консалтинга «Николло М», доктор политических наук Е. В. Егорова-Гантман [1, 159]. Среди новых тенденций в образах власти упоминается психологическое вызревание в массовом сознании россиян разочарования, усталости и неприязни.

Можно подвести следующие итоги.

Позитивное восприятие власти является важным фактором функционирования политической системы. Эффективность усилий Public Relations зависит от адекватного понимания неосознаваемых

механизмов коллективного поведения. Креативность специалистов по общественным связям состоит в распознавании бытующих политических стереотипов и «конструировании» на их основе привлекательного образа власти. Именно в этом случае мы наблюдаем проведение сильных PR-акций. Для формирования подобных моделей необходим исходный материал – результаты исследования восприятия политической жизни общества.

Проведенное в Воронеже исследование выявило такой акцент массовой психологии, как фатализм и восприятие человека в качестве участника запрограммированных действий. Циничное отношение к власти стало доминирующим. Основу подобного отношения составляют политические стереотипы «политика – грязное дело», «все находящиеся у власти – воры». В то же самое время в стереотипных представлениях граждан отражаются протестные настроения и стремления к рачительному хозяйственному обустройству страны. Что касается образов ведущих российских политиков, то они отражают опасения, рутинность и ироничность.

ЛИТЕРАТУРА

1. Образы лидеров в массовом сознании накануне президентских выборов : мат. круглого стола каф. социологии и психологии политики факультета политологии МГУ им. М. В. Ломоносова // Полис. – 2012. – № 4. – С. 160–174.
2. Образы российской власти : от Ельцина до Путина / [под ред. Е. Б. Шестопа]. – М. : РОССПЭН, 2009. – 416 с.; Красова Е. Ю. Мозаика социологических исследований (региональная вопросно-ответная коммуникация) / Е. Ю. Красова. – Воронеж : Факультет журналистики ВГУ, 2009. – 198 с.; Психология политического восприятия в современной России / [под ред. Е. Б. Шестопа]. – М. : РОССПЭН, 2012. – 422 с.
3. Сикевич З. В. Социальное бессознательное / З. В. Сикевич, О. К. Крокинская, Ю. А. Посель. – СПб. : Питер, 2005. – 267 с.
4. Медведева С. М. Проблема политического стереотипа в зарубежной политической психологии / С. М. Медведева. – М. : Изд-во МГИМО (У), 2005. – С. 79–107.
5. Ослон А. Уолтер Липман о стереотипах : выписки из книги «Общественное мнение» / А. Ослон // Социальная реальность. – 2006. – № 4. – С. 125–141. Трудно согласиться с Н. И. Шестовым, который утверждает, что взгляд У. Липмана был ограничен исследованием СМИ и возможностей их манипулирования политической активностью населения. См. : Шестов Н. И. Политический миф теперь и прежде / [под ред. проф. А. И. Демидова]. – М. : ОЛМА-ПРЕСС, 2005. – С. 67.
6. Аберкромби Н. Социологический словарь / Н. Аберкромби, С. Хилл, Б. С. Тернер; пер. с англ. – М. : ЗАО «Издательство «Экономика», 2004. – С. 470–471; Большой толковый социологический словарь (Collins) : Т. 2; пер. с англ. – М. : Вече, АСТ, 1999. – С. 296.
7. Психологический лексикон. Энциклопедический словарь в шести томах / ред.-сост. Л.А. Карпенко; под общ. ред. А.В. Петровского. – М. : ПЕР СЭ, 2005. – 175 с.
8. См. : Викентьев И.Л. Приемы рекламы и Public Relations. Программы-консультанты : 400 примеров, 200 учебных задач и 20 Практических приложений / И. Л. Викентьев. – М. : Триз-Шанс, 2004. – 378 с.
9. Российское общество и власть накануне выборов : круглый стол кафедры социологии и психологии политики факультета политологии МГУ им. М. В. Ломоносова // Полис. – 2012. – № 1. – С. 149–164.
10. Квалитас : Бюллетень института общественного мнения по г. Воронежу. – 2011. – № 4. – 23 с.
11. «Левада-центр» : Свыше половины россиян считают «Единую Россию» «партией жуликов и воров». – Режим доступа : www.rosbalt.ru/main/2013/04/29/1123735.html (дата обращения 29.04.2013).
12. Россияне считают, что власть действует в собственных интересах. – Режим доступа : <http://www.rosbalt.ru/main/2013/05/07/1126168.html> (07.05.2013).
13. Жестков М. И. Содержание образов власти в современной России : политико-психологический анализ : автореф. дис... канд. полит. наук / М. И. Жестков. – М., 2013. – 26 с.
14. Сикевич З. В. Социология и психология национальных отношений : учеб. пособие / З. В. Сикевич. – СПб. : Изд. Михайлова В. А., 1999. – 203 с.
15. Жермелева О. Социологи узнали, с какими животными ассоциируются у россиян политики / О. Жермелева. – Режим доступа : <http://rbcdaily.ru/politics/562949981867869> (дата обращения 26.10.2011).

Таблица 1

Стереотипные представления воронежцев о политике и политических структурах

Суждение	Ранг
Политика – грязное дело	1
Все депутаты – воры	2
За все политические неудачи ответственность несет центральная власть	3
Власть в стране избирается народом	4
От людей в политике ничего не зависит	5
Политические партии представляют интересы населения	6

Таблица 2

Господствующие политические стереотипы в массовом сознании воронежцев

Политический стереотип	Ранг	Пословицы
«Сильной руки»	1	Кому кнут да вожжи, кому хомут на шею
		Нельзя быть земле русской без государя
		Ваша воля – наша доля
«Справедливого протеста народа»	2	Не с добра волости встают
		Отольются кошке мышкины слезки
		Не знаешь чести, так палок двести
«Подчинения рачительному хозяину»	3	Народ тело, царь – голова
		Каждая птица в своем гнезде хозяин
		Царь думает, народ ведает

Таблица 3

*Наиболее частотные ассоциации с животными**

Ранг	Ассоциации с образами политиков					
	Жириновский	Зюганов	Медведев	Миронов	Прохоров	Путин
1	Обезьяна	Бык	Медведь	Мышь	Павлин	Лев
2	Попугай	Корова	Собака	Сурок		Тигр
3	Слон		-	Хомяк		

*В таблице упомянуты лишь типичные ассоциации

*Воронежский государственный университет
Красова Е. Ю., кандидат исторических наук, доцент
кафедры социологии и политологии
E-mail: soc@hist.vsu.ru*

*Voronezh State University
Krasova E. Yu., Candidate of Historical Sciences, Associate
Professor of the Sociology and Political Studies Department
E-mail: soc@hist.vsu.ru*