

**ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ИЗУЧЕНИЯ
ОБРАЗА СТРАНЫ В МАССОВОМ СОЗНАНИИ**

К. Б. Джгмадзе

**THEORETICAL AND METHODOLOGICAL FEATURES OF STUDYING THE COUNTRY'S IMAGE
IN THE MASS CONSCIOUSNESS**

K. B. Dzhamadze

Центральным предметом анализа является продукт восприятия – политический образ страны в массовом сознании. Статья имеет своей целью описать существующие теоретические и методологические подходы к исследованию образа страны. Системный анализ зарубежной и отечественной литературы выявил огромное количество научных теорий и направлений в рамках изучения заявленного предмета. Автор классифицировал и ввел собственную теоретико-методологическую карту по исследованию образа страны. Проблема восприятия страны рассматривается в соответствии с политико-психологическим, политико-культурным, политико-коммуникативным и пространственно-географическим подходами. Каждый подход раскрывает отдельные характеристики образа страны – территориальные, темпоральные измерения, политическую культуру, представления субъекта восприятия о политике, истории, экономике и прочем.

The main subject of analysis is the product of perception – the political image of the country in the mass consciousness. The study of the country's image reveals the deep contradictions in the political system and the political situation of real differences with the demands of society. The paper aims to describe the existing theoretical and methodological approaches to the study of the image of the country. System analysis of foreign and Russian research works revealed a huge amount of scientific approaches and trends in the study of the claimed subject matter. The author classified and introduced his own theoretical and methodological research map of the country's image in the public mind.

Ключевые слова: образ страны, политическое восприятие, массовое сознание, политическая психология, идентичность.

Keywords: image of the country, political perception, mass consciousness, political psychology, identity.

Современный мир стремительно развивается – усовершенствование технологий, наступление эры информационного общества, процесс глобализации и многие другие положительные процессы. Однако, события последних лет подтверждают наличие внешних и внутренних угроз для общества, выражающихся в военных столкновениях, религиозных конфликтах, межэтнической напряженности, терроризме, массовых эпидемиях и многих других. В связи с этим на государство возлагается огромная миссия по протекции своего населения, в то же время каждый член общества должен ощущать ответственность за свои поступки перед страной.

В эпоху модернизации российского общества наиболее важным становится вопрос об отношении граждан к своей стране, к своей истории, к своей культуре, к своему общественному устройству, к месту и роли своего государства в мировом сообществе. В данном случае образ страны отражает представления общества о своем государстве в целом. Изучение образа страны открывает глубинные противоречия в политической системе и расхождения реальной политической ситуации с запросами общества.

Образ является результатом восприятия внешнего объекта, запечатленного в сознании субъекта. Основоположником концепции образа в отечественной научной литературе выступает А. Н. Леонтьев. Он считал, что «образ мира» или «картина мира» является «символической знаковой репрезентацией мира, формируемой в индивидуальной психике субъекта на основе усвоения субъектом системы общественно выработанных

значений, закрепленных в языке, предметах культуры, нормах и эталонах деятельности» [13, с. 251 – 261].

Под **политическим образом** можно понимать отражение реальных характеристик объекта восприятия – политической власти, личности лидера, особенности той или иной политической партии, а также страны [20].

История изучения политического образа требует комплексного анализа литературы и исследовательских работ в данной сфере. Среди массива теоретических и методологических разработок можно выделить несколько актуальных блоков (таблица): политико-психологический, политико-культурный, политико-коммуникативный и политико-географический подходы.

Политико-психологический подход к изучению образа страны

Формирование тех или иных объектов в сознании индивида неразрывно связано с феноменом социального восприятия или перцепцией. Так, в 1947 г. Дж. Брунер ввел понятие «**социальное восприятие**», под которым он понимал активное, селективное восприятие социальных объектов, зависящее от установок и стереотипов нашего сознания [1].

Согласно взглядам исследователя политического лидерства и проблем личности в политике Ф. Гринстайна [24] специфика восприятия политических объектов обусловлена множеством факторов, среди которых – когнитивные особенности субъекта, особенности среды и источников, получаемой информации, существующий политический и исторический контекст, социокультурные особенности исторического процесса.

Теоретико-методологическая карта исследования образа страны

<i>Политико-психологический подход</i>	Образ страны с точки зрения политической психологии (школа Е. Б. Шестопал)	Психологическая структура образа	Психолингвистика
<i>Политико-культурный подход</i>	Идентичность		Особенности политической культуры
<i>Политико-коммуникативный подход</i>	Имидж и бренд	Образ государства в международных отношениях	
<i>Пространственно-географический подход</i>	Когнитивная география		

А. Н. Леонтьев писал, что любая вещь существует в двух модификациях: во-первых, объективно – в объективных связях предметного мира, а, во-вторых, в субъективности, т. е. в сознании человека. «Мы строим Образ, активно "вычерпывая" его из объективной реальности» [13, с. 151 – 161]. В результате этого процесса, по Леонтьеву, выстраивается образ объективной реальности, причем этот образ может быть как менее, так и более адекватный, а иногда и вовсе ложный.

Механизмы формирования и структура политического образа достаточно полно описаны в работах **школы политической психологии** на кафедре социологии и психологии политики факультета политологии МГУ имени М. В. Ломоносова под руководством профессора Е. Б. Шестопал [18]. С 2008 г. на кафедре реализуется научно-исследовательский проект "Образ России в стране и в мире", цель которого – выявление образа России как внутри страны, так и за ее пределами.

Для анализа образа страны авторский коллектив выделяет несколько параметров:

- *политико-культурный аспект* – опирается на мифы, этнонациональные и ценностные особенности образа, сравнение идеальных и реальных представлений о стране, которые позволяют выделить эталонный образ, сопоставить его с современными реалиями;

- *субъективный аспект* – демонстрирует зависимость образа от субъекта восприятия (образы в массовом сознании, в представлениях групп элит или в СМИ);

- *пространственный аспект* – учитывает политико-географические особенности образа;

- *темпоральный аспект* – позволяет рассмотреть ретроспективный, современный и перспективный срезы политического образа;

- *политико-психологический аспект* – подразумевает рассмотрение образов на рациональном (вербализируемые представления, оценки и установки) и бессознательном (неосознаваемые установки) уровнях восприятия, а также в трех измерениях: эмоциональном, когнитивном и поведенческом [16].

Содержанием **психологической структуры образа** занимаются многие ученые (Прим. автора: Н. А. Романович, А. В. Захаров, О. В. Бражник, А. А. Вилков, Ю. П. Зинченко), среди которых Л. А. Преснякова. Она определяет основные *факторы*, воздействующие на формирование индивидуального образа того или иного политического объекта в сознании воспринимающе-

го субъекта, логично выделяя объектные, коммуникативные, ситуативные и субъективные факторы [17].

В исследованиях структуры политического восприятия особое место занимают работы Е. В. Егоровой-Гантман [7]. Она ввела понятие *«перцептивного экрана»* – фильтра, расположенного между субъектом восприятия и объектом политической реальности, расставляющего смысловые акценты и оказывающего непосредственное влияние на интерпретацию политической информации. Е. В. Егорова-Гантман и ее соавторы, изучая проблему восприятия политиков, выделяют три основных элемента в структуре образа. Первый, *образ-знание* – представляет собой отраженную субъектом восприятия картину реальности и выступает в форме зафиксированного знания об объекте. Второй, *образ-значение* – определяет ценность какого-либо объекта для нас. На образ-значение влияет идеология, которая создает определенную систему оценок и суждений. И третий, *образ потребного будущего* – он связан с ожиданиями и прогнозами относительно того, каким станет воспринимаемый объект в будущем (идеальный образ).

Психолог Ю. П. Зинченко в свою очередь в структуре образа выделяет 4 составляющие: *образ самовосприятия* – как образ для себя; *имидж* – как образ для других; *репутацию*, или образ, имеющийся у других; и *авторитет* как коммуникативный ресурс или метаобраз [15].

Далее можно выделить **психолингвистику** (Прим. автора: см. работы исследователей: Ч. Осгуда, А. А. Леонтьева, Е. А. Киселева), которая представляет собой дисциплину, изучающую закономерности порождения и восприятия речи. Отечественные специалисты по психолингвистике предлагают собственное видение образа страны. Е. Ф. Тарасов вместе с коллегами провел исследование образа России в рамках проекта "Образ России в автохтонном и неавтохтонном языковом сознании" [19]. Под образом страны в исследовании понимался фрагмент языкового сознания с аффективно окрашенным содержанием. Подобные ментальные образования, как считает Е. Ф. Тарасов, можно трактовать как социальные мифы, формируемые в рефлексивном слое сознания. Образы рефлексивного слоя сознания, в том числе и социальные мифы, конструируются в относительном отрыве от реальной действительности, с которой они связаны через другие – чувственные образы, прямо, непосредственно отображающие реальное бытие людей.

Политико-культурный подход к изучению образа страны

Смысл политико-культурного подхода к изучению образа страны заключается в возможности интерпретировать политическую систему того или иного общества посредством изучения его политической культуры. Иными словами, политическая культура передает важные для процесса восприятия ценности, символы и опыт.

Как считает А. И. Юрьев, образы формируются под воздействием взаимосвязанных элементов [21]. К ним относятся: *картина мира* как определенный продукт мышления человека, соответствующий конкретному историческому периоду; *образ жизни* – результат формирования человека как индивида; *мировоззрение* – результат формирования человека как личности, который представляет собой систему взглядов, принципов, ценностей, убеждений; *жизненная позиция граждан* – существующее отношение к способу получения средств к существованию (к труду).

В своих научных трудах А. Ю. Юрьев ссылается на исследования В. А. Ганзена, описавшего пять принципов гармонии восприятия [4]. Первый принцип заключается в повторяемости целого в частях на основе сходства. Второй принцип указывает на соподчиненность – объединение частей в целое на основе различия. Третий опирается на соразмерность частей по метрическим характеристикам. Четвертый уделяет внимание уравновешенности противоположных объектов, их симметричности и тектоничности. Пятый принцип требует единства: согласования структурности (цели) и функциональности (средства). Следовательно, целостность и гармония – залог положительной динамики образа страны в перспективе.

Известный в отечественной политологической науке профессор К. С. Гаджиев высказал мнение о том, что «каждая нация, каждый народ, каждое сообщество людей в процессе своей истории вырабатывает собственный образ или самообраз, который в значительной мере выражается в разного рода символах и знаках» [2].

Так, Т. Н. Загородникова и В. П. Кашин считают, что «образ страны и ее народа (или народов) формируется в общественном сознании другой страны и тех, кто ее населяет, из разнородной смеси фактов истории, этнических и культурных особенностей, искусства, национальных традиций, развития национальной экономики, социальных и политических процессов» [19].

При анализе политических образов не следует забывать и про стереотипы, которые, несомненно, содержатся в сознании людей и служат некой «призмой», через которую воспринимается информация. Феноменом стереотипов занимался У. Липпман, определяя их как «упорядоченные, схематичные детерминированные культурой "картинки мира" в голове человека, которые экономят его усилия при восприятии сложных социальных объектов и защищают его ценности, позиции и права» [14].

В рамках политико-культурного подхода особое место занимают исследования по теме «**идентичности**». Хотелось бы отметить теоретическую модель Т. В. Евгеньевой – «*концепцию политико-психологи-*

ческих трансформаций идентичности». Согласно данной концепции национально-государственная идентичность представляет собой значимый фрагмент политического сознания. Под *национально-государственной идентичностью* Т. В. Евгеньева понимает психологическую самоассоциацию личности с геополитическим образом (образами) определенного национально-государственного конструкта, имеющую в своем основании персональные фреймы (мотивы и ценности), закрепляющую и проявляющуюся через символические репрезентации [6, с. 199 – 205].

Как считает А. Л. Зверев, для создания идентичности, включающей в себя широкие массы населения, важны государственные символы [10]. При этом им необходимо соответствовать определенным критериям. Во-первых, символы должны нести ценности, которые разделяются всем сообществом. Во-вторых, символы должны иметь положительную коннотацию и поэтому, по крайней мере, не быть скомпрометированы своим прошлым. И в-третьих, государственным символам желательно обладать мощным потенциалом мобилизации.

Итак, образ страны включает в себя, как правило, достаточно разнородные символы, стереотипы, менталитет и наиболее общие представления об историко-культурных и природных условиях страны.

Политико-коммуникативный подход к изучению образа страны

В рамках политико-коммуникативного подхода образ страны понимается как конструкт, который подвергается целенаправленному воздействию в процессе коммуникации.

Формирование имиджа и бренда в качестве направления исследований по восприятию можно назвать самым популярным из всех описанных (*Прим. автора: см. работы исследователей: Е. В. Егоровой-Гантман, К. В. Плешакова, Т. Э. Гринберга, И. Ю. Глинской, Г. И. Козырева, А. В. Федякина, Д. А. Леонтьева*).

Ссылаясь на определение Э. А. Галумова, *имидж страны* является комплексом объективных взаимосвязанных между собой характеристик государственной системы: экономических, политических, географических, национальных и культурных [3]. Эти характеристики формируются в сознании широких масс общественности в процессе развития государственности конкретной страны.

Итак, использование категории «образа» подчеркивает именно спонтанный характер формирования представлений об объекте. Имидж предполагает коррекцию образа с помощью стандартных процедур и, в первую очередь, выборочного целевого информирования. Имидж формируется на основе уже имеющегося образа, но не тождественен ему.

На данный момент чрезвычайно востребовано научное направление, которое изучает **образ страны в международных отношениях** (*Прим. автора: см. работы исследователей: Р. Херрманн, Р. Коттама*). Причиной стало бурное развитие международных связей и возникновение такого понятия, как «soft power». В научный оборот его ввел Дж. Най, согласно которому «мягкая сила» основана на привлекательности культуры, ценностей, политических и социальных

программ государства [25]. Обладание «мягкой силой» является следствием позитивного образа государства, сформировавшегося у других государств.

Социолог К. Боулдинг утверждает, что знание основывается на информации, которую субъект получает от объекта в результате случайной утечки информации или преднамеренной коммуникации [22]. Таким образом, в сознании формируется образ как структура, в которую облекается знание. Важно, что образ сложится, даже если коммуникация была неосознанной. Основные сходные черты людей позволяют образу стать общим для группы людей или для организации, или для общества в целом. Возникая в сознании индивидов, после распространения образы становятся общественными представлениями, разделяемыми массами людей.

К. Боулдинг сделал акцент на понятии «national image» (образ государства) [23]. Образы играют важную роль в выстраивании международных отношений, именно с их помощью можно объяснить причины негативного восприятия друг друга у различных стран. Причиной враждебности между государствами является существование национальных образов «других» государств в международной системе. К. Боулдинг настаивает на том, что образ «другого» необходимо трактовать исключительно как образ врага, который ярко наполнен символическим содержанием.

Ярославские исследователи И. Ю. Киселев и А. Г. Смирнова обозначили факторы восприятия государства на принятие внешнеполитических решений [11]. По словам специалистов, государство – это коллективный субъект, который вступает во взаимоотношения с другими государствами, исходя из собственного восприятия «Я-образа», а также других государств в качестве «друга» или «врага». При этом исследователи отстаивают тезис, что «образ государства – это когнитивная, аффективная и оценочная структура поведения, которая выступает в качестве совокупности убеждений коллективного субъекта о себе, и возникает в процессе интересубъективного, диалогического ("Я" – "Мы" – "Они") взаимодействия субъектов международных отношений».

Политико-географический подход к изучению образа страны

Политико-географический подход, прежде всего, нацелен на рассмотрение географического образа страны, который вбирает в себя характеристику территории, исторический контекст, национальный состав и многое другое (Прим. автора: см. работы исследователей: А. Геттнера, В. А. Пуляркина, И. Б. Бочкаревой, В. П. Семенов-Тян-Шанского, Н. Н. Михайлова).

Географический образ является совокупностью ярких, характерных знаков, символов, ключевых представлений, описывающих какие-либо реальные пространства [12]. В массовом сознании географические образы могут формироваться как стихийно, так и намеренно подвергаться трансформации и корректировке.

Г. Трубридж изучал географический образ в индивидуальном сознании, сравнивая особенности ориентации людей в пространстве относительно собственного дома с ориентацией по сторонам света [26].

Согласно теоретической концепции Дж. Голда [5] географический образ основан на пространственном и атрибутивном знании. Под пространственным знанием исследователь понимает знания о территории и ее структуре, под атрибутивным – название местности и ее ассоциативные оценки.

Российская школа гуманитарной географии основана Д. Н. Замятиным и Н. Ю. Замятиной. По их мнению, политико-географический образ построен скорее на атрибутивном (ассоциативном) знании, нежели на пространственном [8].

Образ страны авторы определяют как устойчивый и диверсифицированный географический образ, наполненный представлениями о географическом пространстве, природными и культурно-историческими, экономическими особенностями.

Структура политико-географического образа, согласно Д. Н. Замятину, представляет собой «матрешку», внутри которой спрятан стержневой и «ностратический» образ, под которым понимается географический образ. Придерживаясь пирамидального принципа устройства, на втором уровне расположен локальный миф, иными словами, история территории. На третьем уровне под влиянием СМИ формируется идентичность. Завершает пирамиду культурный ландшафт: совокупность всех визуальных образов территории. Таким образом, территория исследуется на предмет наиболее ярких, запоминающихся символов, знаков и характеристик на разных уровнях политико-географического образа.

Говоря о пространственно-географических измерениях реальности, существенно отметить точку зрения В. А. Колосова и его коллеги Д. В. Заяца. Они полагают, что в обществе бытуют представления о границах своей страны и иностранных государств, отличные от официальных. «Можно сказать, что эти образы складываются как системы концентрических окружностей вокруг воображаемого национального пространства, как орбиты, отделяющие ближних и дальних соседей, врагов и друзей, верных союзников и "попутчиков". Эти границы отделяют "нас" (социально-территориальную общность) от "них", "чужих"» [9].

Подведем итоги: современные научные работы ярко демонстрируют интерес ученого сообщества к изучению образа страны в отраслях гуманитарных наук – политической психологии, политической географии, социальной психологии. Написано достаточно много монографий и диссертаций, организуются международные конференции и проекты.

Анализ научной литературы позволяет классифицировать исследования образа страны следующим образом:

- I. Политико-психологический подход:
 - образ России с точки зрения политической психологии – школа Е. Б. Шестопаля;
 - психологическая структура образа;
 - психолингвистика.
- II. Политико-культурный подход:
 - особенности политической культуры;
 - идентичность.
- III. Политико-коммуникативный подход:

- имидж и бренд;
- образ государства в международных отношениях.

IV. Пространственно-географический подход:

- когнитивная география.

Итак, образ страны отображает территориальные и темпоральные измерения, политическую культуру, представления субъекта восприятия о политике, экономике и т. п. Поэтому рассмотреть все грани образа страны так сложно, ведь под влиянием различных факторов образ постоянно трансформируется и приобретает новые оттенки.

Литература

1. Брунер Дж. Психология познания. М., 1977.
2. Гаджиев К. С. Введение в политическую науку. М.: Логос, 1999. Гл. 16.
3. Галумов Э. А. Международный имидж современной России: автореф. ... д-ра полит. наук. М., 2004.
4. Ганзен В. А. Восприятие целостных объектов. Л., 1974.
5. Голд Д. Основы поведенческой географии. М., 1990.
6. Евгеньева Т. В. Национально-государственная идентичность современной российской молодежи: структурное измерение и политико-психологические особенности // Перспективы развития политической психологии: новые направления: материалы Международной научной конференции 22 – 23 октября 2010 г. / под ред. Е. Б. Шестопаля. М.: Издательство Московского университета, 2012.
7. Егорова-Гантман Е. В., Плешаков К. В. Политическая реклама. М.: Никколо М, 2002.
8. Замятин Д. Н. Образ страны: структура и динамика // ОНС, 2000. № 1.
9. Заяц Д. В., Колосов В. А. Географические образы в зеркале СМИ // Отечественные записки. 2002. № 6.
10. Зверев А. Л. Государственный символизм в образе современной России // Образы государств, наций и лидеров / под ред. Е. Б. Шестопаля. М.: Аспект Пресс, 2008.
11. Киселев И. Ю., Смирнова А. Г. Образ государства и принятие решений в международных отношениях: учебное пособие. СПб., 2004.
12. Колосов В. А. Географические образы и геополитические представления: пути формирования и подходы к изучению // Вестник ДВГСГА. Сер. 1. 2008. № 1(1).
13. Леонтьев А. Н. Образ мира // Избранные психологические произведения. М., 1983.
14. Липпман У. Общественное мнение. М., 2004.
15. Образ России в стране и за рубежом: гуманитарное измерение / под общ. ред. Ю. П. Зинченко, Л. В. Матвеевой. М., 2008.
16. Пищева Т. Н. Политические образы: проблемы исследования и интерпретации // Полис. 2011. № 2.
17. Преснякова Л. А. Структура личностного восприятия власти // Полис. 2000. № 4.
18. Психология политического восприятия в современной России / под ред. Е. Б. Шестопаля. М.: Российская политическая энциклопедия (РОССПЭН), 2012.
19. Тарасов Е. Ф. Образ России: методология исследования // Вопросы психолингвистики. 2006. № 4. С. 69 – 73. Режим доступа: it-claim.ru/Projects/ASIS/Tarasov2006.pdf (дата обращения: 10.03.2015).
20. Шестопаля Е. Б. Образ и имидж в политическом восприятии: актуальные проблемы исследования // Образы государств, наций и лидеров / под ред. Е. Б. Шестопаля. М.: Аспект Пресс, 2008.
21. Юрьев А. И. Состав, структура, функции изменяющегося образа России в мире глобальных изменений // «Северо-Запад России: окно в глобальный мир». Круглый стол: «Образ России: новый контекст». СПб., 14.11.2003. Режим доступа: <http://www.yuriev.spb.ru/russia/sostav-struktura-russia> (дата обращения: 07.03.2015).
22. Boulding K. National Images and International Systems // Journal of Conflict Resolution. 1959. № 3.
23. Boulding K. The Image: Knowledge in Life and Society. Ann Arbor, MI, 1997.
24. Greenstein F. J. Can Personality and Politics Be Studied Systematically // Political Psychology: Key Readings / ed. by John T. Jost and James Sidanius. New York: Taylor & Francis Books, 2004.
25. Nye J. The Power of Persuasion: Dual components of US leadership // The conversation with J. Nye. Harvard International Review, Winter, 2003.
26. Trowbridge G. On fundamental methods of orientation and «Imaginary maps» // Science. 1913. Vol. 88.

Информация об авторе:

Джгамадзе Кристина Бадровна – аспирант кафедры социологии и психологии политики факультета политологии МГУ им. М. В. Ломоносова, Москва, di-an-a@yandex.ru.

Kristina B. Dzhgamadze – post-graduate student at the Department of Political Sociology and Psychology, Faculty of Political Science, Lomonosov Moscow State University.

(Научный руководитель: Зверев Андрей Леонидович – кандидат политических наук, доцент, заместитель заведующей кафедрой по научной работе, кафедра социологии и психологии политики факультета политологии МГУ им. М. В. Ломоносова, zveandr@mail.ru.

Academic advisor: Andrey L. Zverev – Candidate of Political Sciences, Associate Professor, Deputy Head of the Department for Research at the Department of Political Sociology and Psychology, Faculty of Political Science, Lomonosov Moscow State University).

Статья поступила в редколлегию 26.05.2015 г.