

Секция «Психологическое измерение политических процессов в России и мире»

Образ российской политической оппозиции в масс-медиа США: политико-психологический анализ

Научный руководитель – Аль-Дайни Мария Ахмедовна

Небогатова Александра Андреевна

Студент (бакалавр)

Московский государственный лингвистический университет, Москва, Россия

E-mail: alex-nebo@inbox.ru

Внешнеполитический образ является политико-психологическим феноменом и одним из структурных элементов политического сознания - как массового, так и индивидуально-го. Он представляет собой относительно устойчивую когнитивную конструкцию какого-либо объекта восприятия мировой политики и международных отношений, построенную с помощью внешнеполитической информации [8]. Внешнеполитический образ формируется опосредованно на основе ряда реальных и мнимых характеристик государства и может изменяться в зависимости от внешнеполитических целей конкретного политического актора, помогая оправдать ту или иную проводимую политику. Феномен внешнеполитического образа исследуется в рамках такого направления политической психологии как психология международных отношений, которая занимается изучением проблемы внешнеполитического восприятия. Под внешнеполитическим восприятием понимается наличие в массовом политическом сознании граждан одного государства образа других государств и народов, содержащего представление о них и о характере отношений с ними. С точки зрения психологии международных отношений феномен внешнеполитического образа предлагается изучать с помощью интегративной методологии исследования внешнеполитического восприятия Е.Б. Шестопал - М.А. Аль-Дайни [1, 5, 6].

Согласно концепции Э.А. Галумова[1], одним из факторов формирования образа государства являются «характер и принципы деятельности общественных объединений, формы общественно-политической интеграции» [2. С. 200-202], что включает в себя и деятельность политической оппозиции. Оппозиция, в отличие от других внутривнутриполитических факторов, обладает субъектностью, то есть является самостоятельным участником внутреннего политического процесса. Антагонизм оппозиции и власти находит отражение во внешнеполитическом образе государства через сопоставление их идеологических и программных установок по принципу идентичности с субъектом формирования образа [3].

Одним из наиболее влиятельных агентов формирования внешнеполитического образа являются СМИ. В век глобализации национальные СМИ выходят на международный уровень и приобретают более широкую аудиторию по всему миру, что способствует распространению образа за пределы национальных границ [4]. За счёт эффекта фрейминга [7] ими создаётся единая обобщённая картина, включающая в себя и образ оппозиции. На протяжении 2019 года автором было проведено исследование материалов американских СМИ, на предмет выявления специфики формирования образа российской политической оппозиции в современных масс-медиа США [2]. Методологической базой исследования послужили: контент-анализ, интент-анализ, дискурс-анализ, анкетный опрос и интегративная методология исследования внешнеполитического восприятия Е.Б. Шестопал - М.А. Аль-Дайни.

В процессе исследования были выявлены основные тенденции позиционирования российской политической оппозиции в масс-медиа США:

1) Разделение оппозиции на «номинальную», коей в частности выступают парламентские оппозиционные партии, и «реальную», как правило несистемную.

- 2) Однобокая подача информации: приводится позиция представителей оппозиции без альтернативной точки зрения.
- 3) Присутствует элемент давления на оппозицию со стороны власти.
- 4) «Реальная» оппозиция отождествляется с российским обществом в целом.

Для выявления специфики воздействия образа российской оппозиции на массовое сознание граждан США был проведён опрос общественного мнения. В исследовании приняли участие 100 человек. Каждому из них было предложено ответить на несколько вопросов о России и её политической оппозиции. Около 70% респондентов утверждали, что читают или смотрят новости каждый день или несколько раз в неделю, что делает их постоянными потребителями информации СМИ. Респондентам предлагалось выбрать из списка слова, с которыми у них ассоциируется Россия, или вписать свои собственные ассоциации. Наиболее частыми ассоциациями стали Путин (82%), холод (72%), коммунизм (49%) и война (47%), в то время как наиболее редкими стали мир (1%), стабильность (3%), демократия (4%). Эти цифры позволяют нам сделать вывод о негативной природе образа России в массовом сознании граждан США.

Говоря об оппозиции в России, 40% респондентов признались, что не знают о ней, в то время как оставшиеся 60% распределились следующим образом: 29% заявили, что в России есть оппозиция, но она не признана властью; 9% были уверены в легальности и активности российской оппозиции; 8% считали, что оппозиция в России малочисленна и неактивна, столько же указали, что она лишь формальна и не составляет конкуренцию действующей власти; 5% говорили о жестких репрессиях в отношении любых зачатков оппозиции и лишь 1% указал, что в России нет оппозиции. При этом, лишь 5% респондентов смогли указать хотя бы одного российского оппозиционного деятеля, коим стал Алексей Навальный. При этом, своё отношение к этому политику трое обозначили как скорее позитивное, а двое - как скорее негативное. Некоторые вписывали в ответ Владимира Путина. Гипотетически такой ответ может трактоваться как непонимание вопроса, или же подчеркивание слабости оппозиции.

Из результатов исследования мы можем сделать ряд выводов. Несмотря на отсутствие знания политических лидеров и организаций, немалая респондентов уверена, что оппозиция в России в той или иной мере подвергается давлению со стороны государства. Эта трактовка совпадает с формируемым СМИ образом, что свидетельствует о манипулятивной природе образа оппозиции. Эти суждения переплетаются с общим негативным образом России, который отождествляется с российской властью и противопоставляется идеологически-близкой оппозиции. При этом, лишь 5% смогли назвать хотя бы одного оппозиционного деятеля, в оценке которого нет единогласия, что говорит о непроработанности образа.

[1] В своих работах Э.А. Галумов не разделяет понятия «образ» и «имидж», поэтому, несмотря на более частые обращения ко второму, мы можем рассматривать это как «образ».

[2] В основном были использованы популярные издания, такие как CNN, «The New York Times», «USA Today».

Источники и литература

- 1) Аль-Дайни М.А. Специфика формирования типов электорального поведения в современной России: политико-психологический анализ // Вестник МГЛУ. Общественные науки. 2018. №2 (800). С. 9-25
- 2) Галумов Э.А. Международный имидж России: стратегия формирования. М.: Известия, 2003. 446 с. С. 200-202

- 3) Киселёв И.Ю. Проблема образа государства в международных отношениях: конструктивистская парадигма // Политэкс. 2007. №3. С. 253-260
- 4) Марущак А.В. Политико-социальный образ России в американском медиапространстве // Журналистский ежегодник. 2012. № 1. С. 93-96
- 5) Образы государств, наций и лидеров / Под ред. Е.Б. Шестопал. М.: Аспект Пресс, 2008. 288 с.
- 6) Шестопал Е.Б. Политическая психология: Учебник для вузов. 5-е изд., перераб. и доп. М.: Издательство «Аспект Пресс», 2018. 448 с.
- 7) Enthman R.M. Framing: Towards Clarification of a Fractured Paradigm // Journal of Communication. 43(4). Autumn. 1993. P. 51-58
- 8) Herrmann R.K. Perceptions and Image Theory in International Relations // The Oxford Handbook of Political Psychology (2 ed.). Ed. by L. Huddy, Oxford, 2013. 986 pp. P. 334-363