

ФОРМИРОВАНИЕ ПОЛИТИЧЕСКИХ СТЕРЕОТИПОВ В СМИ

Л. В. Русских, С. В. Фомина

В данной работе изучается феномен стереотипного мышления: его источники, недостатки и достоинства. Прослеживается формирование политических стереотипов, относящихся как к политическим деятелям, так и к имиджу целой страны. Анализируются различия в восприятии стереотипов индивидуального социального опыта и массового сознания. Также приведены примеры распространенных стереотипов, формирующих имидж России на Западе.

Ключевые слова: стереотипы, средства массовой информации, самобытность, мышления, политические стереотипы, образ России на Западе, массовое сознание, социальный опыт индивида.

В современном мире человек зачастую думает, прибегая к помощи стереотипов — прочно сложившимся, постоянным образцам мышления [3, с. 188]. Это можно проследить, приводя в пример самые распространенные гендерные стереотипы: женщины глупее мужчин, мужчины не плачут, женщины — слабый пол и т. д.

К данному процессу создания мысли, к стереотипам, складывается предвзятое отношение. С одной стороны, стереотипы являются некими барьерами при формировании нетривиальности в мышлении, в его самостоятельности. Несомненно, легче всего принять распространенную точку зрения на какой-либо процесс, чем оспорить ее, прийти к личному мнению, на которое никто не оказал своего влияния.

С другой стороны, появление стереотипов в нашем сознании играет и положительную роль. Человек по природе своей не в силах быть в эпицентре всех событий и быть осведомленным в большинстве жизненных вопросов. Зачастую приходится высказывать свое мнение по вопросам, в которых ты некомпетентен. В этом случае могут выручить стереотипы, которые становятся важной деталью твоих размышлений.

Проблема формирования стереотипов проникла практически во все сферы общества. Это вполне объяснимо, так как с помощью стереотипов можно намного облегчить процесс построения мысли. Данный феномен не обошел стороной и политическую сферу общества.

С политической точки зрения понятие «стереотип» можно объяснить как стандартизированный, упрощенный, обычно ярко эмоционально окрашенный образ какого-либо социально-политического объекта (явления, процесса), обладающий значительной устойчивостью, но фиксирующий в себе лишь некоторые, иногда несущественные его черты. В широком смысле — это традиционный канон мысли, восприятия и поведения, шаблонная манера поведения [4, с. 89]. В данном случае, стереотипы выступают как в какой-то степени заблуждение, суждение, которое не является истинным. Отсюда вытекает и значительное количество бед: неправильная трактовка позиций политического деятеля, присвоение политическому деятелю несвойственных ему качеств, появление у граждан негативного отношения к политическому деятелю и т. д. Также не стоит забывать, что и в политике могут формироваться стереотипы, которые приходятся «на руку» отдельным лицам.

Феномен политических стереотипов, несомненно, часто рассматривается по отношению к различным политическим деятелям, но он может проявляться и как какое-то сформировавшееся мнение о стране. Если говорить о России, то среди самых популярных стереотипов можно выделить: Россия всегда завалена снегом, здесь можно встретить медведей среди улицы, приоритетный головной убор русских — шапка-ушанка и т. д.

Существование политических стереотипов образа страны естественным образом определяется не только особенностями человеческого мышления, но и, несомненно, ценностными различиями России и Запада [1]. Это является естественным путем развития всех наций, этого не избежать. Мы не можем знать, каким образом устроена жизнь в другой стране, и старательно пытаемся заполнить эти пробелы в знаниях выдуманными вещами. Это, впоследствии, приживается и становится образцом мысли.

По словам В. И. Пантина, сформированный образ России на Западе — это результат «различий в плане возникновения, эволюции и организации экономики, представления Запада о своей универсальности, асимметричных неожиданных ответов России на вызовы Запада, не вписывающиеся в стандартные рамки мышления западных элит» [5, с. 13].

Важную роль в формировании стереотипов образа страны играют СМИ. Несомненно, что именно через поток СМИ идут первоначальные представления о политических событиях, тот или иной факт приобретает новый окрас, который необязательно является правдивым. Через телевизор, Интернет, и другие СМИ человек получает информацию, и не совсем задумывается, насколько ей можно доверять, и, преимущественно, на такую информацию человек ориентируется. Если же в мирное время стереотипы в основном не меняются, то, стоит произойти какому-либо конфликту, и отношение к стране тотчас же меняется. СМИ предпочитают рисовать политическую ситуацию таким образом, каким выгодно каждой из сторон конфликта. Здесь главное не перейти за рамки дозволенного, иначе это может привести к совсем нежелательным последствиям.

Если же говорить о стереотипах России, то страна всегда славилась «широкой русской душой», под которой понимается помощь ближним, щедрость, широкий размах и тому подобное. Не зря огромное количество иностранных граждан полюбили нашу страну, а некоторые и вовсе, считают ее второй родиной.

Человек сам вправе решать, соглашаться со стереотипами, либо нет. Но удивительно то, что, независимо от того, принимает индивид данный стереотип или отвергает, это совсем не мешает стереотипу вполне успешно существовать. Парадоксальность состоит в том, что индивидуальная оценка и стереотипы находятся в разных плоскостях и не пересекаются. Также социальный опыт индивида не встречается с массовым сознанием. Когда человек находится наедине с собой, то, применяя свой социальный опыт, отвергает стереотипные суждения. Если же ситуация происходит среди большого числа людей, в толпе, где практически стирается индивидуальность, здесь человеку свойственно принимать стереотипы, которые он раньше отвергал.

В этом секрет устойчивости стереотипов массового сознания — разрушить их невозможно с помощью научного знания или эмпирического опыта, не всегда на них влияют контрастные стереотипы, логически противоположные утверждения; и те, и другие могут мирно сосуществовать, не мешая друг другу. Стереотипы исчезают тогда, когда прекращается господство массового сознания [2].

Таким образом, проблема формирования стереотипов очень многогранна. Несмотря на то, что к данному понятию распространено зачастую негативное отношение, без них сложно представить формирование человеческого мышления и массового

сознания. Во многом этому обязана массовизация человеческих отношений, которая свойственна информационному обществу.

Формирование политических стереотипов может оказывать как положительное, так и отрицательное влияние на деятельность политиков. Но, если же речь идет о стране, какой образ носит то или иное государство, зависит преимущественно от ценностных ориентаций источников стереотипов.

Литература

1. Большаков, С. Н. Формирование позитивного имиджа страны: стереотипы и параллелизмы / С. Н. Большаков, С. С. Бодрунова // *Проблемный анализ и государственно-управленческое проектирование*. — 2011. — № 6. — С. 87—93.
2. Вольвач, В. Стереотипы как способ формирования общественного мнения / В. Вольвач // *Диспут*. — 2001. — № 4 — С. 23—34.
3. Ожегов, С. И. Толковый словарь русского языка: 80 000 слов и фразеологических выражений / С. И. Ожегов, Н. Ю. Шведова; Российская академия наук. Институт русского языка им. В. В. Виноградова. — М.: Азбуковник, 1999. — 944 с.
4. Ольшанский, Д. В. Основы политической психологии / Д. В. Ольшанский. — Екатеринбург: Деловая книга, 2001. — 496 с.
5. Пантин, В. И. Образ России на Западе: основные стереотипы и их истоки / В. И. Пантин // *Образ России в мире: становление, восприятие, трансформация*. — М., 2008. — С. 13—24.

РУССКИХ Людмила Викторовна, доцент кафедры философии и социологии, кандидат культурологии, доцент, Южно-Уральский государственный университет (г. Челябинск). Сфера научных интересов — социология культуры, социология образования. E-mail: ludmilaruss@mail.ru.

ФОМИНА Светлана Владимировна, студент 2 курса магистратуры, исторический факультет, Южно-Уральский государственный университет (г. Челябинск) сфера научных интересов — социология СМИ, социология политики. E-mail: sveta_0891@mail.ru.

Поступила в редакцию 8 декабря 2014 г.

*Bulletin of the South Ural State University
Series «Humanities and social sciences»
2015, vol. 15, no. 1, pp. 116—117*

FORMATION OF POLITICAL STEREOTYPES IN THE MEDIA

L. V. Russkikh, South Ural State University (Chelyabinsk, Russian Federation, ludmilaruss@mail.ru

S. V. Fomina, South Ural State University (Chelyabinsk, Russian Federation sveta_0891@mail.ru

In this paper we study the phenomenon of stereotype thinking: its sources, advantages and disadvantages. Traced the formation of political stereotypes relating to both policy-makers and to the image of the whole country. We analyze the differences in the perception of social stereotypes of individual experience and the mass consciousness. It also gives examples of common stereotypes, forming the image of Russia in the West.

Keywords: stereotypes, media, identity, thinking, political stereotypes, the image of Russia in the West, the mass consciousness, social experience of the individual.

References

1. Bol'shakov S.N., Bodrunova, S.S. Formirovanie pozitivnogo imidzha strany: stereotipy i parallelizmy [Creating a positive image of the country: stereotypes and parallelisms]. *Problemyj analiz i gosudarstvenno-upravlencheskoe proektirovanie* [Problem analysis and public management design], 2011, no. 6, pp. 87-93.
2. Vol'vach, V. Stereotipy kak sposob formirovanija obshhestvennogo mnenija [Stereotypes as a way of shaping public opinion]. *Obshhestvenno-politicheskij i istoriko-prosvetitel'skij al'manah «Disput»* [Socio-political, historical and educational almanac «Dispute»], 2001, no. 4, pp. 23-34.
3. Ozhegov, S.I., Shvedova, N.Ju. *Tolkovyj slovar' russkogo jazyka: 80 000 slov i frazeologicheskikh vyrazhenij* [Dictionary of Russian language: 80 000 words and idiomatic expressions]. Moscow, Azbukovnik, 1999. 944 p.
4. Ol'shanskij, D.V. *Osnovy politicheskoi psihologii* [Foundations of Political Psychology]. Ekaterinburg, Delovaja kniga, 2001. 496 p.
5. Pantin, V.I. *Obraz Rossii na Zapade: osnovnye stereotipy i ih istoki* [Russia's image in the West: the basic stereotypes and their origins]. *Obraz Rossii v mire: stanovlenie, vosprijatie, transformacija* [Russia's image in the world: formation, perception, transformation]. Moscow, 2008. pp. 13-24.

Received Desember 8, 2014