

7. Торшилова Е. М., Морозова Т. В. Развитие эстетических способностей детей 3–7 лет: Теория и диагностика. Екатеринбург: Деловая книга, 2001. 141 с.

REFERENCES

1. Barysheva T. A. Diagnostika tsesteticheskogo razvitija lichnosti: Uch. -met. posobie. SPb.: Izd-vo RGPU im A. I. Gertsena, 1999. 140 s.
2. Barysheva T. A. Ot hudozhestvennogo interesa k hudozhestvennomu intellektu. Diagnostika tvorcheskogo razvitija rebenka v muzejnoj srede: Uchebno-metodicheskoe posobie / Nauch. red. B. A. Stoljarov. SPb.: GRM, 2011. 112 s.
3. Eremeeva V. D., Hrizman T. P. Mal'chiki i devochki — dva raznyh mira. SPb.: Tuskarora, 2003. 184 s.
4. Kreativnyj rebenok: Diagnostika i razvitie tvorcheskih sposobnostej / Serija «Mir vashego rebenka». Rostov n/D: Feniks, 2004. 416 s.
5. Luk A. N. Nauchnoe i hudozhestvennoe tvorcestvo — shodstvo, razlichija, vzaimodejstviya // Hudozhestvennoe tvorcestvo: voprosy kompleksnogo izuchenija: Sb. M., 1982. S. 203–216.
6. Savenkov A. I. Odarennye deti v detskom sadu i shkole: Uch. posobie. M.: Akademija, 2000. 232 s.
7. Torshilova E. M., Morozova T. V. Razvitie jesteticheskikh sposobnostej detej 3–7 let: Teorija i diagnostika. Ekaterinburg: Delovaja kniga, 2001. 141 s.

А. Ю. Дроздов

ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ МЕХАНИЗМЫ ГЕОПОЛИТИЧЕСКОГО СОЗНАНИЯ

Автор анализирует комплекс психологических механизмов развития и функционирования геополитического сознания (ГПС). Приводятся примеры их проявления, показан системный характер их влияния.

Ключевые слова: геополитическое сознание, психологический механизм.

A. Drozdov

Psychological Mechanisms of Geopolitical Consciousness

A complex of psychological mechanisms of geopolitical consciousness development and functioning is analyzed in the article. The examples of these mechanisms are given, a systemic character of their influence is shown.

Keywords: geopolitical consciousness, psychological mechanism.

Известно, что человеческое существование одновременно протекает в нескольких «мирах» («системах координат») — политическом, экономическом, культурном, экологическом, географическом и т. д. В силу

системного характера человеческой психики порой возникает явление своеобразной «интерференции» этих миров в индивидуальном и массовом сознании, когда восприятие одного «мира» происходит сквозь при-

зму другого. Это дает нам основание вести речь о выделении феномена геополитического сознания (ГПС), который мы понимаем как форму отражения (ментальной репрезентации) событий и явлений «политического мира» сквозь призму «мира географического» путем отождествления определенного географического пространства с проводимой там политикой. Будучи специфической разновидностью политического сознания, структурно ГПС включает образы, знания, эмоции и желания геополитического характера. «Продуктом» и «индикатором» ГПС выступают геополитические образы мира, или «геополитические ментальные карты». Отметим, что бытовые геополитические образы и представления граждан достаточно давно выступают объектом социологических и политологических исследований. Вместе с тем ни отечественными, ни зарубежными исследователями ГПС практически не рассматривалось как психологический феномен. Среди комплекса проблем, связанных с психологией индивидуального и массового ГПС, следует выделить вопрос психологических механизмов данного феномена. Их теоретический анализ и выступает **целью** нашей статьи.

Все механизмы ГПС, на наш взгляд, можно отнести к двум основным группам: 1) обеспечивающие становление и развитие индивидуального ГПС — механизмы научения и политической социализации; 2) лежащие в основе функционирования уже сформированного ГПС на индивидуальном и массовом уровне. В результате мы получаем достаточно обширный комплекс психологических механизмов, действие которых мы рассмотрим ниже.

Во-первых, следует обратить внимание на механизмы, лежащие в основе усвоения индивидом социального опыта, в том числе знаний и представлений географического и политико-идеологического характера. Речь ведется про механизмы когнитивного научения, в частности **латентного научения** (подразумевает создание когнитивных ре-

презентаций, в том числе «ментальных карт» в результате аналитической обработки информации), а также **научения путем рассуждений** (система мыслительных процессов, позволяющих формулировать абстрактные понятия). Таким образом, первый механизм лежит в основе формирования «геополитических ментальных карт», представлений о геополитических акторах (странах, регионах, мире в целом); второй же, среди прочего, позволяет усваивать знания политико-идеологического характера. Еще одним важным механизмом развития ГПС выступает **механизм ассоциаций** — установления связей между отдельными знаниями или частями опыта. Известно, что именно ассоциации лежат в основе ранних (а часто и взрослых) геополитических представлений: «Германия (Япония) — автомобили», «Франция — Париж (Эйфелева башня)», «Россия — Кремль (газ, В. Путин)» и т. д.

Известно, что одним из основных механизмов научения выступает **подражание**. В контексте формирования ГПС он, на наш взгляд, может срабатывать следующим образом: индивид может повторять определенные высказывания политического/геополитического характера (например комментарии, касающиеся геополитических новостей), сделанные родителями, учителями, сверстниками или другими референтными лицами. Тем самым он перенимает (интернализует) их геополитические установки и стереотипы. Понятно, что это касается прежде всего лиц детского и подросткового возраста, когда собственное мировоззрение еще не сформировано.

В случаях сильного эмоционального влияния какого-либо раздражителя может срабатывать **механизм «памяти-вспышки»**. Последний понимается как опыт запоминания особенно ярких и значимых событий и деталей, которые имеют шокирующее влияние. Американские исследователи, которые, собственно, и предложили данный термин, приводили такие примеры действия данного механизма — воспоминания о событиях

нападения Японии на Перл-Харбор в 1941 г., о нью-йоркских терактах 11 сентября 2001 г. и т. д. Следует подчеркнуть, что данный механизм срабатывает не только у очевидцев (участников) тех событий, но и у всех лиц, для которых эти события являются значимыми [7].

В роли ситуативного механизма ГПС может рассматриваться и **мода**. Можно привести много примеров того, как в разных обществах регулярно возникала мода на те или иные страны. Так, в XVIII–XIX веках в странах Западной Европы и России возникла «мода на Китай», которая проявлялась, прежде всего, в увлечении материальными аспектами китайской культуры [1]. В этот же период среди российской аристократии появляется и распространяется мода на Францию и Англию. Отметим, что франкофилия (галломания) и англomanия проявлялись не только в подражании нормам бытовой культуры этих стран (язык, этикет, одежда и т. д.), но и в подражании определенным политическим идеям [13; 19]. В середине XIX века упомянутые страны выступали своеобразным политическим эталоном для представителей российской либеральной интеллигенции (можно заметить, что с определенными изменениями «франкофилия» сохранилась в российском общественном мнении до сих пор). В этот же период в России появляется «мода на Италию», которая ассоциировалась с вечной весной и любовью, с чудесной природой, с вечностью, с полусакральной древностью. В конце 1980-х — начале 1990-х гг. в СССР и постсоветских странах возникла очередная волна «моды на Запад», в первую очередь на США. Ну а в 1990–2000-х гг. в России имело место распространение моды «на Японию», которая касалась практически всех аспектов этой страны — литературы, быта, экономики, истории и т. д. [6; 8]. Как видим, «геополитическая мода» обуславливает возникновение и поддержание общественных интересов к тем или иным особенностям стран (или регионов).

Поскольку существенную роль в формировании ГПС играют СМИ, прямые и не прямые виды политической пропаганды, нельзя не упомянуть о механизмах **убеждения и внушения**. Отметим, что при всех теоретических отличиях в их сущности при формировании ГПС их действие часто соединяется. Ярким примером выступает телевидение — источник комплексной образно-вербальной информации о различных странах и регионах, об их политической, экономической и культурной жизни (хотя часто роль приводимой на телеэкране «картинки» оказывается более значимой, чем сопутствующие «аналитические комментарии»).

Одним из базовых механизмов ГПС является **стереотипизация**. Известно, что курсирующая в СМИ и в обществе информация геополитического характера носит преимущественно шаблонный, стереотипный характер (поскольку индивидуального опыта явно недостаточно для осознания явлений геополитического макроуровня). При этом данные стереотипы могут касаться как отдельных стран («богатая Америка»), так и целых регионов («опасный Ближний Восток»). Часто геополитические стереотипы носят историко-обусловленный характер (война, длительная оккупация и т. д.) и существуют от нескольких десятилетий (образ враждебной Германии в ГПС россиян) до нескольких веков (враждебный образ Англии у ирландцев). Вместе с тем стереотипизация может касаться и геополитических процессов, событий (войн, конфликтов). Так, в конце XX — начале XXI века в общественном сознании американцев и западноевропейцев был сформирован позитивно-оправдывающий стереотип военных действий США по всему миру как войн «за свободу и демократию», а позже — как «борьбы с мировым терроризмом». Особенно заметна роль стереотипизации при восприятии геополитических акторов в системе Запад — Восток. Отметим, что данный механизм достаточно часто срабатывает при

формировании враждебных геополитических образов.

Функционирование индивидуального ГПС частично может опираться на механизм **прототипа** — одна из разновидностей категоризации социальных объектов, своеобразная когнитивная «схема», которая, в отличие от стереотипа, является более детализированной и точной, поскольку выступает продуктом непосредственного жизненного опыта [16]. Но именно вследствие последнего прототипы могут срабатывать лишь относительно ограниченного круга геополитических объектов и явлений. Например, может иметь место геополитический прототип страны или региона, где длительное время проживал субъект.

ГПС оперирует достаточно разнотипной (как образной, так и абстрактной) информацией, которая может трансформироваться из одного типа в другой (геополитические образы — представления — знания — эмоции и т. д.). Поэтому можно утверждать, что в процессе функционирования ГПС задействованы механизмы **кодировки, декодировки и перекодировки информации**. Заметим, что именно эти механизмы часто упоминаются зарубежными исследователями в контексте явления «ментального картографирования», результатом которого, напомним, выступают «ментальные карты» [23]. А поскольку ГПС продуцирует именно «территориально привязанные» образы, представления и знания, можно говорить о том, что данные механизмы обеспечивают «сплав» географических и политических когний, их «перетекание» из одной формы в другую (тут параллельно может быть задействован уже упомянутый механизм ассоциаций).

С упомянутыми механизмами тесно связаны другие — **механизмы агглютинации и интерференции**. Первый традиционно рассматривается как механизм воображения — комбинирование или «склеивание» различных образов в один новый. Что касается интерференции, то этот термин из об-

ласти оптики (взаимное наложение световых лучей) в психологии имеет двойное значение: тормозящее влияние уже сформированных навыков на формирование новых или как ухудшение запоминания какой-либо информации вследствие влияния новой. Вместе с тем, если вспомнить о системном характере ГПС, становится понятной работа именно этих механизмов — соединение географических, социально-политических и прочих образов и представлений, их тесное взаимное «переплетение», «наложение» (например, политическая семантика может замещать географическую и наоборот). Следует отметить, что зарубежные исследователи упоминают схожие механизмы в контексте «ментального картографирования». Так, Р. Голледж и Р. Слимпсон ведут речь о процессах «наслоения» (*layering*), «агрегации» (*aggregation* — собирание в единое целое), «коррелирования» (*correlating* — связывание) [23].

Важным механизмом любого сознания является антиципация («опережающее отображение»). В контексте нашей проблемы следует упомянуть феномен «**политической антиципации**», продуктом которого выступают субъективные модели будущего протекания политических явлений, в частности, образы-прогнозы будущего как своей, так и других стран. Часто как на индивидуальном, так и на массовом уровне имеет место продуцирование прогностических геополитических образов («*ничего хорошего в этой стране не будет*», «*эту войну они проиграют*» и т. д.), которые выступают «аргументами» в политико-идеологических дискуссиях.

Рассматривая ГПС в контексте информационного влияния, следует упомянуть про **механизм селекции (фильтрации) информации**. В классической концепции фильтра (Д. Бродбент) последний рассматривался как механизм отбора входящей информации, релевантной поставленной задаче. Проявление данного механизма может осуществляться в виде незаинтересованности

или «отсева» той геополитической информации, которая не отвечает ценностным (мировоззренческим) особенностям субъекта. Как результат субъект может не обращать внимания на информацию относительно «далеких» (т. е. неактуальных) регионов и стран. Так, например, значительная часть американцев интересуется прежде всего событиями в собственной стране, а международной обстановке уделяет мало внимания. С другой стороны, субъект может игнорировать какую-либо информацию, противоречащую сложившейся геополитической картине мира (вследствие когнитивного диссонанса). Известно, к примеру, что среди арабов распространена тенденция игнорировать любую позитивную информацию про Израиль [24].

Важную роль в формировании и функционировании ГПС играет **механизм мифологизации**, продуктом которого выступают геополитические мифы. При этом сущность самой мифологизации исследователи понимают по-разному — как механизм порождения определенных образов (имиджей); как процесс, в основе которого лежат механизмы коллективного подсознания или другие механизмы (внушение, убеждение, заражение, подражание) и т. д. Следует отметить, что если раньше мифологизация носила спонтанный характер (вспомним возникший в XVI веке миф про наполненное золотом Эльдorado, манивший тысячи людей в Новый Свет), то с появлением и развитием СМИ она получила характер целенаправленной политической технологии (не случайно ее часто рассматривают именно в контексте влияния mass media). Искусственно созданные геополитические мифы могут носить как позитивный (миф о «непобедимости СССР» в 1930–1941 гг. или об Америке как «стране реализации мечтаний»), так и негативный характер, т. е. принимать форму предрассудков. Так, в коллективной памяти поляков несколько веков существует миф про Украину как край жестоких и кровожадных казаков и их потом-

ков. В конце XX века был реанимирован миф об «исламской угрозе» всему «цивилизованному миру», созданный еще в эпоху Средневековья. Иногда мифологизированные геополитические образы носят региональный характер. Например, во времена «оранжевой революции» на Украине был создан миф о «бандитском Донбассе».

Одним из вариантов мифологизации выступает **механизм идеализации**, в результате действия которого позитивные индивидуальные или социальные представления о каком-либо субъекте (в том числе геополитическом) частично или полностью отрываются от реальности. Примером может быть распространение идеализированных представлений об Америке как «земном рае», «стране мечты» в конце 1980-х — начале 1990-х гг. в СССР и в постсоветских республиках. Идеализированные образы других стран («процветающая Швейцария») или целых регионов (Западная Европа) и до сих пор распространены в общественном сознании. Ярким примером идеализации образа страны являются представления о Японии, построенные по принципу известного эффекта ореола («японский миф»). Основу этого образа составляют исключительно позитивные характеристики экономического («*страна экономического чуда*») и культурного характера («*все японцы трудолюбивы, пьют чай, занимаются икебаной и боевыми искусствами*»), «заслоняя» при этом любую информацию о социально-политических и экономических проблемах в стране [11].

Поскольку человеческое восприятие неразрывно связано с причинной интерпретацией действий (характеристик) объекта, следует упомянуть **механизм каузальной атрибуции**. Традиционно он рассматривается в контексте межличностного восприятия, но он также может срабатывать и при осознании явлений более крупного (в том числе геополитического) уровня. Например, восприятие людьми различных политических событий часто сопровождается комментариями интерпретационного характера

(со стороны СМИ, политической пропаганды). Так, по данным соцопросов, большинство россиян при интерпретации геополитических процессов опираются на традиционные каузальные схемы, где в роли причин выступают интересы наиболее сильных и богатых стран. В частности, основной причиной «цветных революций» 2000-х гг. на постсоветском пространстве (Украина, Грузия, Киргизия) значительная часть респондентов (39%) считали политику США продвижением собственных интересов [12].

Данный механизм часто связан с другим — **атрибуцией ответственности** (или условно «поиска врага»). Продуктом данного механизма выступают враждебные геополитические образы, идентифицирующие «виновников» существующих социальных проблем и бед. А поскольку каждая политическая идеология, так или иначе, предполагает образ врага, данный механизм действует в комплексе с другими «пропагандистскими механизмами» (убеждение, внушение и т. д.). Такая атрибуция может носить как внешний («во всем виновата Америка / мировой терроризм»), так и внутренний характер («своя» «коррупцированная власть», «сепаратисты», «террористы» и т. д.).

В случае одновременного влияния враждебной политической пропаганды в двух конфликтующих странах может срабатывать **механизм «зеркального восприятия»**, при котором две стороны одинаково приписывают себе позитивные, а другой стороне — негативные качества и намерения. Одним из первых действие данного механизма на уровне массового ГПС описал в 1960-х гг. У. Бронфенбреннер, выявивший, что как советские, так и американские граждане практически одинаково описывали «враждебность» другой страны и оправдывали действия собственной. Действие данного механизма исследователи отмечали и в других международных конфликтах — в ирано-американском, арабо-израильском и т. д. Кстати, на этих и других примерах активного приписывания социально-политиче-

ских недостатков своей страны другой можно заметить действие еще одного психологического механизма — **проекции**.

Процессы социального познания невозможны без действия **механизма социальной категоризации**. Выступая способом упорядочивания окружающего мира в сознании человека, данный механизм фактически является основой конструирования образа социального мира (а в нашем случае — геополитической ментальной карты мира/региона/страны). Отметим, что на уровне политического сознания данный механизм проявляет себя особенно заметно, так как практически каждое политическое явление воспринимается сквозь призму идеологически заданных (стереотипных) признаков-конструктов — «демократический — авторитарный», «правый — левый» и т. д. Вместе с тем категоризация действует и при восприятии чисто географических объектов — «западные — восточные», «северные — южные», «морские — сухопутные», «близкие — далекие» и пр. При этом географические и политические конструкты порой «сплавляются» воедино — ярким примером выступают понятия «Запад», «Восток», «Европа», «Азия», отчасти утратившие свой изначальный географический смысл. Так, к политико-экономичному «Западу» порой относят Японию, а споры, где заканчивается «цивилизованная Европа» и начинается «варварская Азия», идут уже несколько веков.

При восприятии образа собственной страны (образ Родины) может срабатывать **механизм идентификации**. Примером его действия могут выступать элементы «Я-концепции» индивида, считающего себя *«гражданином самой лучшей (сильной, богатой и т. д.) в мире страны»*, *«частичкой великого государства»* и т. д. Известно, что среди жителей Древнего Рима было распространено достаточно пренебрежительное отношение к представителям других стран и народов. Поэтому нередкой была ситуация, когда древнеримский бедняк считал себя

человеком «высшего сорта» в сравнении с богачом-иностранцем. Как отмечают историки, этот «римский шовинизм» приводил к тому, что *«воспринимая Рим вечным, священным, осененным божественным покровительством городом, римляне и самих себя считали божественными избранниками, что предопределило их отношение к “чужим”. Осознание того, что обитатели Рима предназначены для мирового господства, заставляло их воспринимать остальные этносы как неполноценные и созданные для подчинения...»* [2, с. 181]. Можно заметить, что схожие установки имеют место и среди граждан некоторых современных держав. Вместе с тем механизм идентификации со «своей» страной срабатывает лишь в том случае, когда представления о стране носят позитивный характер (страна как «Мы»). В ряде случаев идентификация может также проявляться и при формировании образа врага — как механизм символического дистанцирования от «других» и объединения со «своими».

Итак, проявление психоаналитических механизмов в контексте функционирования ГПС можно объяснить тем, что, кроме традиционной (защитной) функции, они могут выполнять еще и перцептивную — в нашем случае это формирование образов «своей» / «другой» страны. В частности, при восприятии «других» геополитических акторов может срабатывать **механизм переноса (трансфера)**. Так, некоторые исследователи описывают явление переноса позитивного опыта общения и дружественных связей хотя бы с одним представителем зарубежной страны на формирование ее позитивного имиджа среди молодежи [4].

Формирование образа своей страны иногда может быть связано с действием **механизма рационализации**. На уровне массового ГПС рационализация обеспечивается политической идеологией, поскольку каждая идеология, собственно, и предлагает «правильное понимание» тех или иных аспектов политической жизни. Примерами

могут быть, к примеру, такие объяснения: «превентивное нападение» (официальная мотивация нападения Германии на СССР в 1941 г.), «предупреждение установления вражеского режима» (при вторжении СССР в Афганистан в 1979 г.), «уничтожение баз террористов» (США в Афганистан в 2001 г.), «поиск и уничтожение оружия массового поражения» (война США и их союзников с Ираком в 2003 г.). Отметим, что влияние рационализации может иметь место не только относительно своей страны, но и относительно других (к которым индивид или группа ощущает симпатию).

При восприятии своей страны, на наш взгляд, может срабатывать и **механизм рефлексии**. Так, уже не одно столетие представители политических элит и интеллигенции России ведут дискуссии про место своей страны в геополитическом мироустройстве — является ли Россия европейской, азиатской или евразийской страной с «особым путем» развития.

Восприятие разных стран мира, так или иначе, подразумевает их сравнение. В этом случае может срабатывать известный социально-психологический **механизм группового (ингруппового) фаворитизма**. Часто он используется политической пропагандой, а также в целях «патриотического воспитания» (*«Я другой такой страны не знаю...»*), но иногда в основе сравнения в пользу «своих» могут лежать собственные убеждения, подкрепленные личным опытом (*«много где был, но дома лучше...»*). «Обратным боком» группового фаворитизма является **механизм аутгрупповой дискриминации**. Его действие часто осуществляется вместе с механизмом стереотипизации, поскольку дискриминация предусматривает наличие набора негативных стереотипных представлений-предрассудков. Примером может быть термин «государства-изгои» («государства, вызывающие озабоченность»), введенный в западный геополитический дискурс конца XX — начала XXI в. Наиболее ярко данные механизмы проявля-

ются при этноцентрическом восприятии мира. Это может быть китайская модель «Поднебесная в центре мира — варварская периферия» или мировоззрение многих американцев, уверенных, что США — «страна номер 1». В принципе, этноцентризм не предусматривает обязательного враждебного отношения к другим странам и народам, хотя в определенных условиях оно может быть очень возможным. Соответственно этноцентризм имеет относительно широкий диапазон проявлений: мессианские идеи («Москва — Третий Рим»), шовинизм («Германия превыше всего...»), патриотизм и т. д. В контексте современного геополитического мировосприятия обращает на себя внимание феномен европоцентризма — идеологическая установка, предусматривающая противопоставление «цивилизованной Европы» Востоку, уверенность в наличии единых универсальных («общечеловеческих») ценностей и путей общественно-политического развития («демократия») и соответственно — в неполноценности стран и культур с другими ориентирами.

Под влиянием СМИ или личного опыта индивида иногда может срабатывать **механизм аттракции**. На наш взгляд, он может проявлять себя не только в контексте межличностного общения, но и при восприятии геополитических субъектов. При этом аттракция часто действует в комплексе с другими механизмами. Так, в результате патриотического воспитания (основанного на убеждении, внушении, идентификации и других механизмах) могут формироваться аттрактивные установки типа «моя страна — лучшая в мире». Благодаря действию уже упомянутой моды в ГПС представительниц прекрасного пола может возникать аттрактивный образ стран «высокой моды» — Франции, Италии. Иногда аттракция к одному геополитическому актору срабатывает «на фоне» антипатии к другому. Примером может быть восприятие англо-бурской войны 1899–1902 гг. общественным сознанием Российской империи. В частно-

сти, на фоне существующей тогда англофобии в общественном мнении получили распространение героизированные образы буров и их вождей. В стране спонтанно развернулась массовая компания по поддержке бурского населения, а появившаяся тогда песня «Трансвааль, Трансвааль, страна моя, ты вся горишь в огне...» побила все рекорды популярности. Улицам отдельных городов давали названия в честь борьбы буров, а в церквях служили молебны за президента Трансвааля Крюгера (некоторые священники даже призывали прихожан молиться за «братьев наших буров», забывая, что последние были протестантами) [21].

Важную роль в политическом и геополитическом сознании играет **механизм символизации**. В принципе, его можно считать одним из вариантов механизма ассоциации, предусматривающим отождествление политического субъекта с определенным символом (образом, знаком). В роли последнего часто выступает государственная символика. Так, в советской политической карикатуре образ США иногда передавался через изображение задиристого орла (герб страны), а Великобритании — соответственно льва (часть герба Королевства). Особенно ярко символизация проявляется в ситуациях религиозно-политического противостояния — не случайно конфликт цивилизаций Запада и Востока часто передают метафорой «борьбы креста и полумесяца». Однако в роли символов могут выступать и другие объекты — реальные политические лидеры, собирательные персонажи. В таком случае можно вести речь о действии механизма персонификации.

Напомним, что сущность **персонификации (антропоморфизации)** состоит в отождествлении неживых объектов (явлений) с конкретными личностями или абстрактными людьми (антропоморфными существами). Ярким примером персонификации выступает политическая карикатура, вошедшая в арсенал методов формирования общественного мнения в конце XIX — на-

чале XX века. Так, в начале Первой мировой войны «любимыми» карикатурными персонажами российской официальной пропаганды стали немецкий и австро-венгерский императоры Вильгельм II и Франц-Иосиф, а также турецкий султан, символизировавшие соответствующие страны [9]. В 1930-х гг. с помощью антропоморфных образов (уродливый вояка в очках, самурай с мечом) советская пропаганда создавала образ милитаристской Японии [14; 15]. А карикатурные изображения Гитлера, выполненные известным творческим коллективом «Кукрыниксы», во времена Великой Отечественной войны запомнило не одно поколение советских граждан. Позже на смену образам реальных политиков пришли собирательные образы вооруженного «дяди Сэма» или нахального агрессивного вояки в военной форме США («американская военщина»). Однако «личный» вариант персонификации все-таки является наиболее распространенным — не случайно многие «политически яркие» страны часто ассоциируются именно со своими лидерами (Россия — В. Путин, США — Дж. Буш, Б. Обама, Куба — Ф. Кастро и т. д.). Поэтому закономерно, что политическая пропаганда и общественное мнение часто «привязывают» определенный этап общественно-политического развития страны к личности политического лидера — «наполеоновская Франция», «гитлеровская Германия», «СССР при Сталине/Хрущеве/Брежнев» и т. д. Механизм персонификации, кстати, помогает понять такую закономерность: при восприятии внешнеполитических явлений люди часто используют схемы восприятия и интерпретации межличностных отношений [22].

Обратной стороной персонификации является **механизм дегуманизации** («обесчеловечивание» противника), который активно использовался и до сих пор используется политической пропагандой. Ярким примером его действия является пропаганда Германии и СССР времен Великой Отечественной войны. Так, образ СССР в нацистской

пропаганде часто передавался в виде нечеловеческих сил — уродливое чудовище, получеловеческое кровожадное существо в шапке-буденновке, демон, дьявол и т. д. Советская пропаганда также распространяла дегуманизированные образы «фашистского гада», змея и т. п. [3; 10]. Вместе с тем существуют и более «мягкие» варианты дегуманизации, в частности отождествление политических лидеров с определенными животными. Так, в первой половине XIX века в Англии появились политические карикатуры, изображавших российских императоров (Павла I, Александра I, Николая I) в виде медведей — символа дикости и агрессивной силы [17]. Известно, что со временем «медвежьей ассоциации» распространились на целую страну, а образ «русского медведя» стал атрибутом западного геополитического дискурса. В самой России перед Русско-японской войной 1904–1905 гг. восприятие Японии и ее жителей часто сводилось к образу «косоглазых макак» [18]. В виде обезьян и других животных изображала милитаристскую Японию и советская пропаганда 1930-х гг. Если же использовались человекоподобные образы, то они отличались физической непривлекательностью и ущербностью [14; 15].

Так как значительную часть объема ГПС составляют социальные представления, нельзя обойти вниманием механизмы формирования последних. Напомним, что, согласно С. Московичи и его последователям, ими являются **объективация** («перевод» абстрактного понятия в конкретную образную форму) и **анкеровка** («привязка» социального представления к уже существующим у индивида представлениям). Кроме того, в условиях общественных трансформаций некоторые исследователи обращают внимание на такой механизм формирования социальных представлений, как **«ментальное расщепление» категорий**. Результатом его действия является то, что существующее в бытовом массовом сознании представление разделяется на его идеальный и реальный

образы [5]. Именно этим механизмом, на наш взгляд, объясняется одновременное наличие в ГПС граждан постсоветских стран двух различных образов своих государств — негативного образа государства и позитивного образа «Родины/страны».

Некоторые исследователи считают, что в роли психологического механизма можно рассматривать непосредственно феномен **ментальных моделей** — механизм, который в «свернутом» виде сохраняет информационный ресурс человека, а под «внешним» воздействием «разворачивает» его ментальное пространство [20]. Соответственно в нашем контексте можно предположить, что геополитические ментальные карты выступают не только продуктом-индикатором ГПС, но и его базовым механизмом.

Как видим, формирование и развитие ГПС связано с действием очень широкого круга разных психологических и социально-психологических механизмов. Их многообразие связано, прежде всего, с наличием значительного количества факторов ГПС — демографических, индивидуально-психологических, социально-психологических, социально-политических и т. д. Из этого обстоятельства, в свою очередь, вытекает иное — в большинстве случаев мы имеем дело с одновременным влиянием разных факторов, чье действие обеспечивается не одним, а сразу несколькими механизмами. Фактически как формирование, так и функционирование ГПС можно условно представить в виде большого «ансамбля» разных факторов и механизмов.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. *Благодар Ю. Г.* Образ Китая в письменных свидетельствах российских путешественников и дипломатов XVII — начала XX в.: Дис. ... канд. истор. наук. Краснодар, 2005. 284 с.
2. *Бутин А. А., Перфилова Т. Б.* Историографические аспекты восприятия пространства и времени в Древнем Риме // Ярославский педагогический вестник. 2008. № 4. С. 179–184.
3. *Вашик К.* Метаморфозы зла: немецко-русские образы врага в плакатной пропаганде 30–50-х годов // Образ врага / Сост. Л. Гудков, ред. Н. Конрадова. М., 2005. С. 191–229.
4. *Горбушина О. П.* Имидж страны у российской молодежи: структура и факторы формирования: дис. ... канд. психол. наук. М., 2006. 199 с.
5. *Емельянова Т. П.* Конструирование социальных представлений в условиях трансформации российского общества: Автореф. дис. ... д-ра психол. наук. М., 2006. 53 с.
6. *Жилина Л. В.* Формирование общественного мнения россиян о Японии и японцах в конце XX — начале XXI в.: по материалам журнальной публицистики: Дис. ... канд. истор. наук. Омск, 2006. 279 с.
7. *Иванова Е. Ф., Оболенская А. М.* Анализ феномена «памяти-вспышки» // Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія «Психологія». 2008. № 807. С. 139–145.
8. *Ипатов А. А.* Мода на Японию как социокультурный феномен современного российского общества: Автореф. дис. ... канд. культурологии. М., 2010. 20 с.
9. *Корниенко Т. А.* «Образ врага» в политическом сознании населения России в годы Первой мировой войны // Каспийский регион: политика, экономика, культура. 2009. № 2. С. 65–71.
10. *Кринко Е. Ф.* Образы противника в массовом сознании советского общества в 1941–1945 гг. // Российская история. 2010. № 5. С. 74–89.
11. *Куланов А., Стоногина Ю.* Образ Японии в России: правда и вымысел (2003). URL: <http://magazines.russ.ru/nj/2003/231/kulanov.html>
12. *Левашов В. К.* Массовое сознание о социополитической ситуации в России // Вестник Российской академии наук. 2006. Том 76. № 10. С. 909–917.
13. *Литвинов С. В.* Англоманья в России как социокультурное явление, последняя треть XVIII — середина XIX в.: Дис. ... канд. культурологии. М., 1998. 210 с.

14. *Ложкина А. С.* Образ Японии в советском общественном сознании (1931–1939): Автореф. дис. ... канд. истор. наук. М., 2009. 28 с.
15. *Ложкина А. С.* Роль периодической печати СССР в формировании образа Японии (исторический опыт 1930-х гг.) // Уральский исторический вестник. 2009. № 1 (22). С. 23–30.
16. *Полев Д. М.* Эталон, прототип и стереотип как механизмы восприятия человека человеком // Вестник Южно-Уральского государственного университета. 2009. № 18. Серия «Психология». Вып. 5. С. 19–25.
17. *Россомахин А. А., Хрусталева Д. Г.* Образ России-медведя в английских карикатурах на императора Павла // Образ России в контексте формирования культуры толерантности внутри страны и за рубежом: Сб. тезисов Междунар. научно-практич. конференции (13–15 ноября 2009 г., Москва). М., 2009. С. 67–68.
18. *Сенявская Е. С.* Психология войны в XX веке: исторический опыт России. М.: РОССПЭН, 1999. 383 с.
19. *Шанская Т. А.* Восприятие французской культуры русским дворянством, первая четверть XIX века: Автореф. дис. ... канд. истор. наук. Казань, 2001. 273 с.
20. *Львіна Ю. М.* Трансформації ментальних моделей в осіб середнього віку у кризових життєвих ситуаціях: Автореф. дис. ... канд. психол. наук. К., 2007. 20 с.
21. *Петраш О. М.* Позиція правлячих кіл Росії та громадська думка щодо англо-бурської війни (1899–1902 рр.): Автореф. дис. ... канд. істор. наук. Чернівці, 2005. 20 с.
22. *Brewer P. R., Steenbergen M. R.* All Against All: How Beliefs about Human Nature Shape Foreign Policy Opinions // Political Psychology. 2002. Vol. 23. Issue 1. P. 39–58.
23. *Golledge R. G., Stimson R. J.* Spatial behavior: a geographic perspective. NY: Guilford Press, 1997. 620 p.
24. *Harkabi Y.* Arab Attitudes to Israel. NY: John Wiley & Sons, 1974. 527 p.

REFERENCES

1. *Blagoder Ju. G.* Образ Китая в пис'mенных свидетел'stvah rossijskikh puteshestvennikov i diplomatov XVII — nachala XX v.: Dis. ... канд. истор. наук: 07.00.02. Krasnodar, 2005. 284 s.
2. *Butin A. A., Perfilova T. B.* Istoriograficheskie aspekty vosprijatija prostranstva i vremeni v Drevnem Rime // Jaroslavskij pedagogicheskij vestnik. 2008. № 4. S. 179–184.
3. *Vashik K.* Metamorfozy zla: nemetsko-russkie obrazy vruga v plakatnoj propagande 30–50-h godov // Образ врага / Sost. L. Gudkov, red. N. Konradova. M., 2005. S. 191–229.
4. *Gorbushina O. P.* Imidzh strany u rossijskoj molodezhi: struktura i faktory formirovanija: Dis. ... канд. psihol. nauk: 19. 00. 05. M., 2006. 199 s.
5. *Emel'janova T. P.* Konstruirovanie soshchial'nyh predstavlenij v uslovijah transformashchii rossijskogo obshchestva: Avtoref. dis. ... dokt. psihol. nauk: 19.00.05. M., 2006. 53 s.
6. *Zhilina L. V.* Formirovanie obshchestvennogo mnenija rossijan o Japonii i japontsah v kontse XX — nachale XXI v.: po materialam zhurnal'noj publicistiki: Dis. ... канд. истор. наук: 07.00.02. Omsk, 2006. 279 с.
7. *Ivanova E. F., Obolenskaja A. M.* Analiz fenomena «pamjati-vspyshki» // Visnik Harkivs'kogo natsional'nogo universitetu imeni V. N. Karazina. Serija «Psihologija». 2008. № 807. S. 139–145.
8. *Ipatova A. A.* Moda na Japoniju kak sotsiokul'turnyj fenomen sovremennogo rossijskogo obwestva: avtoref. dis. ... канд. kul'turologii: 24.00.01. M., 2010. 20 s.
9. *Kornienko T. A.* «Образ врага» в политическом сознании населения России в годы Первой мировой войны // Каспийский регион: политика, экономика, культура. 2009. № 2. S. 65–71.
10. *Krinko E. F.* Obrazy protivnika v massovom soznanii sovetskogo obshchestva v 1941–1945 gg. // Rossijskaja istorija. 2010. № 5. S. 74–89.
11. *Kulanov A., Stonogina Ju.* Образ Японии в России: правда и вымысел (2003). URL: <http://magazines.russ.ru/nj/2003/231/kulanov.html>

12. *Levashov V. K.* Massovoe soznanie o sotsiopoliticheskoj situatsii v Rossii // Vestnik Rossijskoj Akademii nauk. 2006. Tom 76. № 10. S. 909–917.
13. *Litvinov S. V.* Anglomanija v Rossii kak sotsiokul'turnoe javlenie, poslednjaja tret' XVIII — seredina XIX v.: Dis. ... kand. kul'turologii: 24.00.02. M., 1998. 210 s.
14. *Lozhkina A. S.* Obraz Japonii v sovetskom obshchestvennom soznanii (1931–1939): Avtoref. dis. ... kand. istor. nauk: 07.00.02. M., 2009. 28 s.
15. *Lozhkina A. S.* Rol' periodicheskoj pechati SSSR v formirovanii obraza Japonii (istoricheskij opyt 1930-h gg.) // Ural'skij istoricheskij vestnik. 2009. № 1 (22). S. 23–30.
16. *Polev D. M.* Jetalon, prototip i stereotip kak mehanizmy vosprijatija cheloveka chelovekom // Vestnik Juzhno-Ural'skogo gosudarstvennogo universiteta. 2009. № 18. Serija «Psihologija». Vyp. 5. S. 19–25.
17. *Rossomahin A. A., Hrustalev D. G.* Obraz Rossii-medvedja v anglijskih karikaturah na imperatora Pavla // Obraz Rossii v kontekste formirovanija kul'tury tolerantnosti vnutri strany i za rubezhom: sb. tezisov mezhdunar. nauchno-praktich. konferentsii (13–15 nojabrja 2009 g., g. Moskva). M., 2009. S. 67–68.
18. *Senjavskaja E. S.* Psihologija vojny v XX veke: istoricheskij opyt Rossii. M.: ROSSPEN, 1999. 383 s.
19. *Shanskaja T. A.* Vosprijatie frantsuzskoj kul'tury russkim dvorjanstvom, pervaja chetvert' XIX veka: Avtoref. dis. ... kand. istor. nauk: 07.00.02. Kazan', 2001. 273 s.
20. *Il'ina Ju. M.* Transformacii mental'nih modelej v osib seredn'ogo viku u krizovih zhittevih situacijah: Avtoref. dis. ... kand. psihol. nauk: 19.00.07. K., 2007. 20 s.
21. *Petrash O. M.* Pozishchija pravljachih kil Rosii ta gromads'ka dumka Wodo anglo-burs'koï vijni (1899–1902 rr.): Avtoref. dis. ... kand. istor. nauk: 07.00.02. Chernivtsi, 2005. 20 s.
22. *Brewer P. R., Steenbergen M. R.* All Against All: How Beliefs about Human Nature Shape Foreign Policy Opinions // *Political Psychology*. 2002. Vol. 23, Issue 1. P. 39–58.
23. *Golledge R. G., Stimson R. J.* Spatial behavior: a geographic perspective. NY: Guilford Press, 1997. 620 p.
24. *Harkabi Y.* Arab Attitudes to Israel. NY.: John Wiley & Sons, 1974. 527 p.

Д. А. Медведев

ОНТОГЕНЕЗ ВНУТРЕННЕГО МИРА ЧЕЛОВЕКА: ЭТАП СУБЪЕКТИВНОГО МИРОЗДАНИЯ

Статья посвящена анализу особенностей развития внутреннего мира человека на этапе субъективного мироздания. Автор рассматривает внутренний мир человека как многоуровневую систему и приводит результаты эмпирического исследования данного психологического образования.

Ключевые слова: онтогенез, возраст, внутренний мир человека, субъективное мироздание, субъект, смысл.

D. Medvedev

The ontogenesis of the inner human world: the stage of subjective universe

The article analyses the ontogenesis of inner human world at the stage of the subjective universe. The inner human world is described as a multilevel system. The article presents the results of empirical experiments of the psychological phenomenon.

Keywords: ontogenesis, age, inner human world, subjective universe, subject, sense.