

УДК 32.019.5 (575.2)

ИМИДЖ КЫРГЫЗСТАНА И СТЕРЕОТИПЫ

Н.С. Эшимбекова

Рассматриваются делинквентные формы поведения уроженцев или граждан Кыргызстана, распространяющиеся в связи с этим стереотипы, оказывающие влияние на формирование имиджа страны в глазах мировой общественности.

Ключевые слова: средства массовой коммуникации; общественное мнение; имидж; стереотипы; терроризм.

IMAGE OF KYRGYZSTAN AND STEREOTYPES

N.S. Eshimbekova

The article regards the delinquent forms of behavior of natives or citizens of Kyrgyzstan, the stereotypes that influence the formation of the image of the country in the eyes of the world community.

Keywords: mass media; public opinion; image; stereotypes; terrorism.

Благодаря средствам массовой коммуникации мы часто становимся свидетелями террористических актов, которые происходят в мировом пространстве. В печати появляются сведения о террористах – уроженцах или гражданах Кыргызстана, в некоторых случаях данные официально подтверждаются, а в некоторых случаях нет. На слуху такие имена и события, как Я. Машрапов – участник теракта в ночном клубе Стамбула, террористы-смертники в аэропорту Ататюрка 2016 г., Б. Исраилов – житель Сузакского района (2015 г.), рекруты в ИГИЛ, задержанные в Екатеринбурге, Москве и Санкт-Петербурге в начале 2016 г., братья Царнаевы (2013 г.) [1]. Помощники главарей террористической группировки “Исламское государство” М. Яхья и М. Хануф Азамеджан были взяты в плен в Сирии 2015 г. [2].

Приведем данные, которые официально озвучивались руководством 10-го управления МВД Кыргызстана. Только по официальным данным, “в Сирию для участия в боевых действиях на стороне террористической организации “Исламское государство” выехало более 500 граждан Кыргызстана. Это данные почти годичной давности, а других пока нет. Тем более никому не нужно объяснять, какая пропасть может быть между данными, подтвержденными официальными структурами, и реальными цифрами. Ведь с Турцией у Кыргызстана безвизовый режим, а такого понятия, как “граница Турции и Сирии” для боевиков ИГ не существует.

Поэтому сколько их там, завербованных и одурманенных, на самом деле точно никто не знает – ни в МВД Кыргызстана, ни в ФСБ России” [3].

Согласимся с распространенным выражением, что терроризм не имеет национальности, религии и родины. Однако это не меняет суть проблемы. Мы ведем речь не о борьбе с терроризмом, а о другой стороне проблемы – имиджа Кыргызстана в свете делинквентных форм поведения наших соотечественников. И здесь вопрос стоит гораздо шире: любой кыргызстанец за пределами страны является лицом этой страны, и одно дело, когда делинквентные формы поведения мы наблюдаем за отдельными индивидами в лице трудовых мигрантов, студентов и т. д., другое дело – инциденты с нашими дипломатами. В связи с этим была создана даже парламентская комиссия, изучавшая накопившиеся многочисленные неприятные инциденты с участием работников отечественных диппредставительств за границей, например в Казахстане, Пакистане, Таджикистане, Китае [4].

Наносится ущерб имиджу страны в целом, а не ее единичным индивидам, в соответствии с чем необходимо правительству страны, как и всем остальным социальным институтам, предпринять совместные меры противодействия, направленные на борьбу с этими проблемами. В информационных войнах наша страна проигрывает, но видится острая необходимость в следующих действиях:

- в случае ошибочных обвинений подавать иски в суды с последующим публичным опровержением ложной информации и моральным возмещением ущерба, нанесенного имиджу страны;
- распространять в мировых СМИ больше качественной информации о Кыргызстане (одних Всемирных игр кочевников недостаточно). Зачастую рекламировать страну начинают в связи с туристическим сезоном. Однако для того, чтобы формировать общественное мнение и проводить различные пиар-акции через СМК, значительных финансовых вложений не требуется;
- проводить комплексные мероприятия по воспитанию религиозной, этнической, общегражданской терпимости в школах, вузах.

Если срочно не принять необходимые меры, то проблемы могут только усугубляться. В этом отношении четко работает концепция Д. Рисмена, американского социолога о “человеке-локаторе”, суть которой заключается в преобладании такого типа человека, как “ориентирующийся на других”. Этот человек-конформист настолько поддается внешним влияниям, что не только окружающие, но и сам он не знает, в чем же, в конце концов, состоит его подлинное “Я”. Потому и удается различным экстремистским организациям и различным политическим партиям, государствам, отдельным личностям, СМК манипулировать общественным сознанием, так что поведение людей становится предсказуемым, а когда оно предсказуемо, то ими легче управлять. Именно поэтому необходимо создавать и распространять положительную информацию о стране за ее пределами, а внутри страны направить усилия на воспитание толерантности и тем самым консолидировать общество.

Обыватель оперирует шаблонными образами, так как чаще не направляет усилия на анализ текущих политических событий, а воспринимает готовую информацию из СМК. Поэтому необходимо направлять соответствующую работу на формирование общественного мнения, которое требует к себе особого внимания, постоянного изучения и отслеживания, поскольку изучение общественного мнения является надежным каналом информации о реальном положении дел страны. Данный мониторинг оказывает содействие научному анализу современных процессов и явлений, происходящих в политической, экономической и культурной жизни страны и за ее пределами, помогая выявить недостатки и упущения, определить верные пути их устранения. Учитывая то, что общественное мнение меняется и на него можно повлиять,

отслеживание его состояния и направленности постоянно находится в поле зрения сотрудников Аппарата Президента.

Известно, что социум разрабатывает схемы, отражающие его знания о себе, о других и выполняемых общественных ролях. Когда эти схемы закрепляются, они определяют наш способ обработки информации и формирования суждений о себе и других, что в свою очередь формируется под влиянием культурного окружения, в котором живет индивид, т. е. стереотипы детерминированы культурой. Не требует доказательств тот факт, что стереотипы являются упрощенными образами социальных объектов или событий, которые обладают устойчивостью, связанной с воспроизведением традиционных способов восприятия и мышления. Очевидно, что подобные способы восприятия и мышления могут воспроизводить доминирование одних социальных групп над другими.

По мнению У. Липпмана, человек, пытаясь постичь окружающий мир во всей его противоречивости, создает “картину и в своей голове” относительно тех явлений, которые он непосредственно не наблюдал. Человек имеет ясное представление о большинстве вещей еще до того, как он с ними непосредственно столкнулся в жизни. Подобные представления-стереотипы формируются под влиянием культурного окружения данного индивидуума: “В большинстве случаев мы не сначала видим, а потом даем определение, мы сначала определяем для себя то или иное явление, а затем уже наблюдаем его. Во всей ... неразберихе внешнего мира мы выхватываем то, что навязывает нам наша культура, и мы имеем очевидную тенденцию воспринимать эту информацию в форме стереотипов” [5, с. 81, 95]. Стереотипы позволяют человеку составить представление о мире в целом, выйти за рамки своего узкого социального, географического и политического окружения, стереотипы передаются из поколения в поколение, что часто воспринимается как данность, реальность, биологический факт. Если же личный опыт противоречит стереотипу, чаще всего происходит одно из двух: человек негибкий, не заинтересованный по каким-то причинам в изменении своих взглядов, либо просто не замечает этого противоречия, либо считает его исключением, подтверждающим правило, и обычно просто забывает о нем. Человек же восприимчивый, любознательный при столкновении стереотипа с реальностью изменяет свое восприятие окружающего мира.

Социальные стереотипы могут быть правдой, частично правдой или ложью. В связи с чем возникает вопрос об устойчивости стереотипов.

Если в основе стереотипа находится реальность, то он должен быть относительно устойчив, если же он целиком и полностью ложен, то он должен меняться в зависимости от исторической, международной, внутривнутриполитической ситуации в той или иной стране. В соответствии с этим положением большинство авторов настаивает на изменчивости стереотипов или частичной изменчивости.

Причины появления социальных стереотипов анализируются и в когнитивных теориях, которые изучают, в какой степени наши мысли зависят от непосредственного общественного контекста и, в свою очередь, влияют на наше поведение в обществе. Когнитивные теории акцентируют нашу потребность классифицировать людей, так как это упрощает способ восприятия окружающего мира [6, с. 59]. Люди обладают способностями для обработки информации об окружающем мире, поэтому они пользуются когнитивными обобщениями (в число которых входят и стереотипы), чтобы максимально уменьшить нагрузку на мышление.

Таким образом, если система в виде социальных институтов, СМК формирует схожесть мыслительных операций, умозаключений, восприятия в целом, то становится ясно, что манипулировать следует и различными ценностными категориями исходя из общих культурных ценностей. Значит, надо объединять народ Кыргызстана вокруг общих ценностей той повседневности, которой люди проживают ежедневно. Декларативные заявления необходимо доводить до каждого члена кыргызстанского сообщества. Отсюда следует, что основой декларативных заявлений должны быть приближенные к реалиям и ожиданиям простых обывателей цели достижения общекыргызстанской модели возрождения – чувства сопереживания за каждого члена сообщества, единения, высоконравственных установок, патриотизма.

Однако никто не отменял проблем, связанных с этнической идентификацией, которая всегда предполагает наличие определенного этнического образа себя, “своих”, “чужих”. Этот образ называется автостереотипом этничности, который является всегда положительным. Этнический стереотип – сосредоточение социально одобренных ценностных характеристик. Кыргызстан является полиэтничной страной, и поэтому для кыргызской этнической группы как государствообразующего этноса автостереотипы складываются из ценностных ориентаций на:

- знаковую систему, воплощенную в отдельных компонентах культурного комплекса (этнокультурные правила этикета);
- коллективизм (гостеприимство, щедрость, открытость);

- духовные ценности (нравственное, эстетическое, умственное воспитание);
- кумира (чинопочитание, уважение старших);
- трайбализм (местничество, родоплеменные отношения).

Автостереотип этничности всегда носит позитивную окраску, так как обычно каждая этническая группа сравнивает себя с еще менее успешной и слабой группой. В противном же случае одним из следствий может быть формирование негативной этнической идентичности (отрицательная когнитивность), которая может сопровождаться чувством неполноценности, ущемленности, стыда за представителей своего этноса. В целях избегания таких ощущений у каждой этнической группы срабатывает инстинкт самосохранения, возникает потребность в безопасности. Как следствие, это является стимулом для самоорганизации и саморегулирования этноса.

В основе этнической идентичности лежат этнические ценности, представляющие собой форму бытования всей суммы этнокультурных элементов, принятых конкретной группой людей. Этнические ценности переосмысливаются как знаки – символы, которые люди используют в целях этноидентификации и которые лежат в основе процессов этнической мобилизации. Ценности этнической культуры связывают человека с его историческими корнями, этнической историей [7, с. 46].

Исследователи, изучающие когнитивные представления, стереотипы, установки, в том числе и на солидарность, потребность в этнической групповой безопасности, выделяют также установки на аффилиацию, фрустрацию, этническую агрессию. Исследование этнических автостереотипов позволило выявить семь типов этнической идентификации, в основе которой лежат этнические ценности:

- нормальная этноидентичность (положительное восприятие образа своего народа, естественный патриотизм, толерантные установки на общение с другими народами, понимание и положительная оценка их вклада в мировую историю);
- этноцентрическая идентичность (акцентированность собственной этничности, безусловное, некритическое отношение к ней);
- этнодоминирующая этничность (достижение целей, интересов собственного народа, понимаемое как безусловно доминирующая ценность, признание прав народа выше прав личности, представление об особой миссии своего народа выше прав личности, такой тип этничности близок к бытовому представлению о “националисте”);

- этнический фанатизм (готовность идти на любые жертвы и действия, вплоть до террористических акций, ради этнических интересов);
- этническая индифферентность (равнодушие к собственной этнической принадлежности);
- этнонигилизм в форме космополитизма (отрицание этничности, этнокультурных ценностей, декларирование свободы от всего, связанного с этническим феноменом, признание себя “человеком мира”);
- амбивалентная этничность (невыраженная, иногда “сдвоенная этничность”) [7, с. 44–45; 8, с. 72].

Но как мы предполагаем, на самом деле существует лишь две пограничные формы этнической самоидентификации: с одной стороны, это этническая локализация в пространстве созданной своей исключительности, с другой – это полное растворение этнической группы в окружающем мире. Все остальные группы придерживаются динамики развития либо в ту, либо в другую сторону, причем, чем меньше у этнической группы осознания своей исключительности, тем больше вероятность ее растворения. Следовательно, в дальнейшем мы должны исходить из тезиса, что принципы самоидентификации как самодостаточности должны исходить из идеи исключительности (или, если угодно, самобытности), выделяющей группу в окружающем мире.

Если мы говорим о том, что СМК сейчас формируют общественное мнение, то соответствующие образы закрепляются в сознании большинства людей в мире. Поэтому мелкие эпизоды складываясь в общую картину создают образ Кыргызстана и кыргызстанцев в глазах мировой общественности, и данный имидж не работает в пользу нашего государства. Таким образом, раз-

рабатывая государственную программу по воспитанию религиозной, этнической и гражданской толерантности, следует придать большое значение значимости членства в такой социальной общности, как кыргызстанцы, и разработать разделяемые всеми кыргызстанцами принципы высокой морали, ответственности и патриотизма. Данные категории могут трансформироваться в зависимости от политической ситуации, экономического положения страны, сложившихся межгрупповых отношений, чувством удовлетворенности своим местом и положением в обществе и т. д. При этом общегосударственные цели и ценности могут дать результаты в воспитании любви, гордости и ответственности за свою страну. Это возможно в случае систематической идеологической работы государства с проявлением заботы о каждом гражданине Кыргызстана.

Литература

1. URL: http://www.vb.kg/doc/352998_terroristy_iz_kyrgyzstana:_kak_miryznaval_o_nih.html. (дата обращения 1. 04.2017).
2. URL: <https://ru.sputnik.kg/society/20160706/1027380522.html> (дата обращения 1. 04. 2017).
3. URL: <https://ru.sputnik.kg/columnists/20160513/1025241076.html> (дата обращения 1.04.2017).
4. <http://rus.azattyk.org/a/27703330.html> (дата обращения 1.04.2017).
5. *Lippman W.* Public Opinion. N.Y., 1950.
6. Когнитивная психология / отв. ред. Б.Ф. Ломов. М., 1986.
7. *Окладникова Е.А.* Этнос. Общение. Ценность / Е.А. Окладникова. СПб., 2004.
8. *Оганесян К.М.* Закон релевантности и интеграции идеалов поведенческих стереотипов / К.М. Оганесян, В.П. Бранский // Вестник КРСУ. 2014. Т. 14. № 6.