

## **ПОЗНАВАТЕЛЬНЫЕ ФАКТОРЫ ВОСПРИЯТИЯ ПОЛИТИЧЕСКОГО ЛИДЕРА**

*Лученкова Е.С.*

*УО «Витебский государственный ордена Дружбы народов  
медицинский университет»*

При рассмотрении феномена политической активности масс выделяются две ее формы: реактивная и активная. Под реактивной формой активности понимают ответные действия масс на влияние, исходящее со стороны политического лидера. Говоря о собственно активной форме политического участия масс, во-первых, имеют в виду активность, проявляющуюся в психологическом плане, т.е. формирование определенных прототипов политических деятелей (образов идеального политического лидера, складывающихся у населения), стандартов и норм политической деятельности. Во-

вторых, активность, проявляющуюся в поведенческом плане, а именно в форме различного рода митингов и демонстраций, представляющих собой выражение самостоятельных требований и идей.

Процесс восприятия политической деятельности правительства страны, различных политических сил или лидеров является одним из наиболее важных видов реактивной формы деятельности последователей. Действия политического лидера общественны по своему характеру и воспринимаются как имеющие значительные последствия для большого числа людей. Упрощая политическую жизнь страны до приемлемых для себя пропорций, люди помещают политического лидера в фокус своего внимания. При этом, последний становится символом некоторых или иногда даже всех аспектов государства. Так как мир плохо понимаем и не подвластен людям, привязанность к успокаивающему абстракту символов становится хронической.

Таким образом, политический лидер выполняет функцию персонификации политических процессов и событий. Как индивида его можно хвалить и ругать, ему можно приписать ответственность за политические акции, он может стать своего рода идеалом для поддерживающих его политику и «козлом отпущения» для недовольных ею, может быть символом восхищения или символом ничемности.

Процесс восприятия и оценки. Восприятие – это познавательный и умственный процесс, который дает нам возможность интерпретировать и понимать наше окружение. Специфика данного процесса определяется многими факторами, в том числе и его объектом. В этой связи в психологии принято различать социальное восприятие (восприятие людьми самих себя, других людей, групп, социальных общностей и т.д.) и объективное восприятие. Восприятие людьми друг друга получило название социальной перцепции (или социальной когниции, или социального информационного процесса). Этот термин был введен в 1947 году американским политическим психологом Дж. Брунером в ходе разработки так называемого «нового взгляда» на восприятие для обозначения факта социальной обусловленности этого процесса. Позже этот термин стали употреблять для обозначения восприятия социальных объектов, и было установлено, что оно обладает рядом специфических черт, качественно отличающих его от восприятия неодушевленных предметов. Это означает признание активности социального объекта:

Во-первых, люди намеренно оказывают влияние на свое окружение и стремятся к его контролю;

во-вторых, социальное восприятие – это взаимное восприятие;

в-третьих, будучи объектом восприятия, люди склонны вести себя социально одобряемым способом;

в-четвертых, поскольку людям свойственно меняться со временем и в зависимости от обстоятельств, акцент ставится не на моментах порождения образа, а на смысловых и оценочных интерпретациях объекта восприятия; на восприятие влияют не только когнитивно-перцептивные факторы, но и эмоциональные, и мотивационно-потребностные. В силу того, что человек неизмеримо сложнее неодушевленного предмета, точность восприятия человека сложнее проверить (и говорить о точности восприятия можно лишь относительно).

Субъектом восприятия могут выступать как человек, так и группа. Когда в качестве субъекта восприятия выступает группа, к процессу социальной перцепции относится и восприятие группой своего собственного члена; восприятие группой представителя другой группы; восприятие группой самой себя; восприятие группой в целом другой группы.

Говоря о самом процессе социальной перцепции, для наиболее полного представления проанализируем его в качестве определенной последовательности из четырех стадий. Три из них – селективное внимание и понимание, кодирование и упрощение, хранение и удержание информации – описывают рассмотрение социальной информации и ее сохранение в памяти.

Четвертая стадия – обратная связь и ответ – включает перевод умственных представлений в суждения и решения в реальном мире.

Рассмотрим каждую стадию в отдельности. Поскольку люди постоянно находятся под воздействием различного рода физических и социальных стимулов, исходящих из окружения, они не в состоянии воспринять всю информацию. Поэтому внимание человека селективно направляется на определенные объекты. Внимание может быть сфокусировано либо на информации, поступающей из окружающего мира, либо на информации, хранящейся в памяти человека. Далее, для хранения информации она должна быть определенным образом проинтерпретирована. Для этого информация категоризируется, т.е. сравнивается с уже существующими когнитивными категориями.

На третьей стадии процесса восприятия информация сохраняется в долговременной памяти, состоящей из различных, но связанных друг с другом категорий, содержащих информацию о

событиях, как общих, так и специфических. В этом случае информация, как правило, хранится в хронологическом порядке.

И, наконец, на основе уже проинтерпретированной информации субъект восприятия выносит конкретное решение, которое может воплотиться в определенном типе поведения.

Несмотря на то, что восприятие – это активный процесс, зависящий от психологических и физиологических характеристик воспринимающего субъекта, нельзя говорить о полной непредсказуемости результата этого процесса в силу его субъективного характера. В политической психологии известен ряд феноменов, которые могут оказывать существенное влияние на процесс социальной перцепции и которые получили название перцептивных ошибок или эффектов. К подобного рода ошибкам относится «гало-эффект» или «эффект ореола», т.е. распространение в условиях дефицита информации о человеке общего оценочного впечатления о нем на восприятие его поступков и личностных качеств. Конечно, эти феномены восприятия вряд ли могут полностью объяснить сформированный у масс образ политического лидера. Однако, они являются одним из факторов, опосредующих восприятие, и для более глубокого понимания этого процесса их учет просто необходим.