

ОБРАЗ В.В. ПУТИНА В СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ: ПОЛИТИКО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ

Аннотация

В статье представлен анализ образа В.В. Путина в российском юмористическом фольклоре (телевизионных передачах, интернет-мемах) за период 2000–2019 гг. Основой анализа послужили теории клипового мышления и политического восприятия. Автор констатирует корреляцию между образом В.В. Путина в массовом сознании и образом, созданным в юмористическом фольклоре. Президент представлен как сильный политик, обладающий властью и авторитетом в стране и за рубежом, лидер и победитель. Отмечается, что В.В. Путин часто представлен на фоне внешне- и внутривнутриполитических акторов, с которыми ему приходится бороться. Внешняя и внутренняя политика президента по-разному представлены в юморе: внешнеполитический курс оценивается положительно, внутривнутриполитический — отрицательно. В юмористическом фольклоре образ В.В. Путина гиперболизирован.

Ключевые слова: фольклор, смеховое, юмористический фольклор, политическое восприятие, массовое сознание, клиповое мышление, президент, образ политика.

Автор

Турков Егор Анатольевич

Студент факультета политологии
Московского государственного университета
имени М.В. Ломоносова
(Москва, Россия)



В социогуманитарных науках сложились шесть основных групп концепций смехового, т.е. связанного со смехом: теории превосходства (Т. Гоббс, К. Гроос, А. Адлер), деградации (А. Бейн, А. Стерн), контраста (И. Кант, Т. Липпс), отклонения от нормы (Н. Акимов), смешанного типа (К. Грос) и противоречия (А. Шопенгауэр) [2. — С. 11]. Отдельно развивалась русская школа исследования юмора, представленная М.М. Бахтиным, В.Я. Проппом, Д.С. Лихачёвым. Несмотря на большое количество работ, единого понимания феномена смехового в современной науке нет. Более того, многие психологические аспекты юмора, в частности образы, создаваемые в комическом фольклоре, восприятие их массовым сознанием практически не изучены. Данная работа не ликвидирует существующие теоретические лакуны, но

позволяет обратить внимание на применение концепции смехового к изучению массового сознания.

Теоретические и методологические основания исследования

Юмор — одно из важнейших явлений в природе человека и общества, имеющее *биосоциальное* происхождение и выполняющее ряд фундаментальных функций в коммуникации (интегративную, игровую, социализирующую и т.д.) [3. — С. 225]. В интернет-коммуникации юмор также выполняет эмоциональную функцию, т.е. смех ради эмоций, но не смысла: чем абсурднее, тем смешнее [4. — С. 415]. В основе всех указанных функций лежит объект комического — *странное*, не соответствующее некоей норме. Обычное становится странным при использовании опре-

деленных художественных методов: гиперболы, литоты, сравнения (реального с другим реальным и реального с идеальным), противопоставления и т.д. Более точное определение объекта юмора, его целей позволяет выделить несколько типов данного явления: иронию, сарказм, сатиру, поддразнивание, игру слов и т.д. [13]. Их общая черта — использование *стереотипов и образов*, существующих в массовом сознании. Смешным может быть только понятное всем и существующее в реальности [3. — С. 219].

В данной работе мы не стремимся исследовать юмор теоретически, в связи с чем понимаем его как «широкое понятие, которое относится ко всем словам и действиям людей, воспринимающимся как забавное и обычно вызывающее смех у других, а также к психическим процессам, которые участвуют в генерации и восприятии такого забавного стимула, и к эмоциональной реакции, связанной с получением удовольствия от него» [5. — С. 25].

В современном мире юмористический фольклор формируется параллельно в двух реальностях: в «обычной» социальной и виртуальной, в основе которой лежит коммуникация, протекающая в сети Интернет и обладающая рядом особенностей: анонимностью, неограниченностью во времени, но главное — *карнавальным*, или юмористическим, *характером* [6. — С. 9]. Юмористический политический фольклор в интернет-пространстве представлен в основном мемами. Анекдоты, по мнению ряда исследователей, теряют значение, что обусловлено *клипным характером мышления* (обрывистыми восприятием и ретрансляцией информации), превращением изначально устного анекдота в письменный речевой жанр [8].

Политический юмор представлен также в юмористических шоу, которые существуют в «обычной» реальности и дополнительно используют виртуальную реальность: Comedy Club, КВН и т.д. От мемов их отличает

более тонкое обыгрывание образов и использование стереотипов, более глубокая рефлексия.

Теоретической основой для изучения политических образов в юморе может служить теория политического восприятия (перцепции), согласно которой образ политика в массовом сознании «представляет собой отражение реальных характеристик объекта восприятия (конкретного политика), а также проекцию ожиданий субъектов восприятия — российских граждан» [9. — С. 12]. Анализ эмпирического материала построен на модели, разработанной Е.Б. Шестопаля и включающей в себя мотивационный профиль политика, а также параметры силы, активности и привлекательности [10. — С. 20].

Нами был использован метод контент-анализа выступлений в КВН, Comedy Club, интернет-мемов, посвященных В.В. Путину. Использование двух источников — телевидения и Интернета — позволяет получить более достоверную информацию. Были проанализированы 73 выступления и 452 мема. 54 выступления посвящены отношениям В.В. Путина и Д. Трампа, 180 — отношениям В.В. Путина и Б. Обамы, 32 — отношениям России с другими странами, 86 — внутренней политике.

Интернет-мемы можно разделить на две гипергруппы по смысловому содержанию. В первой гипергруппе, не представляющей интереса в рамках данного исследования, для шуток используется внешность Путина. Смешное достигается за счет комбинации внешнего и внутреннего абсурда.

Объект второй гипергруппы — президент и его окружение как субъекты политической деятельности.

Для обеспечения верифицируемости результата исследования мы сравнили его с образом, зафиксированным в ходе лонгитюдного научно-исследовательского проекта кафедры социологии и психологии политики факультета политологии МГУ имени М.В. Ломоносова «Образы власти и лидеров в совре-

менной России», а также в материалах исследований общественного мнения ВЦИОМ, ФОМ, Левада-Центр [12].

Образ В. Путина в массовом сознании в период 2000–2019 гг.

В российской политической науке большое количество исследований посвящено восприятию населением политических акторов, в частности президента России В.В. Путина [1; 10]. Интерес к главе государства связан с особенностями российской политической культуры, в которой лидер олицетворяет власть: господствует формула «власть — это Путин» [7]. В. Путин — единственный политик, обладающий стопроцентной узнаваемостью в России.

Исследования политических психологов показывают, что в период 2000 — 2019 гг. на рациональном уровне восприятия он наделяется такими качествами, как *сила, активность, лидерские способности* [10. — С. 70]. Гражданам импонируют политические, деловые и психологические качества главы государства: ум, ораторские способности, целеустремленность. На бессознательном уровне В. Путин ассоциируется с крупными, сильными и агрессивными животными, чаще всего с медведем.

В мотивационном профиле президента преобладает мотив «*ради дела*», который проецируется на внешнюю политику: глава государства оценивается как патриот, способный отстаивать интересы своей страны [7. — С. 6].

В образе В.В. Путина на протяжении 2000–2019 гг. почти всегда преобладали положительные характеристики, численное выражение которых колебалось в пределах 43,0 — 89,9%. Минимальный уровень доверия президенту зафиксирован в первой половине августа 2019 г., максимальный — в октябре 2015 г. В первые годы президентства В. Путина исследователи констатировали «тефлоновость» его образа — критика его не касалась.

Положительное отношение населения к главе государства зафиксировано аналитическими центрами. Так, опрос Фонда общественного мнения (ФОМ) 2013 г. выявил положительное отношение населения к переизбранному В. Путину на пост главы государства, несмотря на протестные настроения 2011–2012 гг. [11]. В начале апреля 2017 г., в год накануне выборов, исследовательский «Левада-Центр» констатировал, что свое отношение к президенту около 30% обозначили как «симпатия», 9% — «восхищение», 28% — «не могу сказать ничего плохого». Негативные ответы по разным показателям колебались в пределах 1 — 17% [12].

Исследование АНО «Левада-Центр» 2017 г. показало: на вопрос «Что Вас привлекает во Владимире Путине?» большинство ответили: «*решительность, мужество, спокойствие, воля, защита от Запада*» [12].

Таким образом, В.В. Путин воспринимается российскими гражданами как сильный авторитетный политик, национальный лидер, ассоциирующийся скорее с внешней, чем внутренней политикой. В массовом сознании граждан зафиксированы такие черты президента, как сила, активность, воля.

Образ В. Путина в юмористическом фольклоре

Количество интернет-мемов, посвященных В. Путину, огромно, но их содержание не отличается разнообразием и легко поддается классификации. Число юмористических сценок в КВН и Comedy Club на ту же тематику относительно невелико. Их сценарии также легко можно объединить в несколько групп. Количество и качество шуток говорит о том, что образ В.В. Путина присутствует в юмористическом фольклоре, однако, скорее, как периферийный элемент. Это можно объяснить недостатком информации о президенте и исторически сложившейся в нашей

стране сакральностью власти в целом и лидера государства в частности.

Выступления на юмористических шоу, посвященные В. Путину, можно разделить на периоды его пребывания на посту президента и премьер-министра.

Первый срок (2000 — 2004). В данный период население имело слабые представления о В.В. Путине как политике, в связи с чем тематика шуток отличается наибольшим разнообразием и включает рост нового президента, превосходство России на международной арене, семейные отношения президента и т.д. Однако уже существует представление о президенте как о супергерое и человеке, возможности которого не ограничены. Актер, изображающий В. Путина, всегда имеет при себе двух охранников; авторитет президента непререкаем. В качестве примера приведем следующую шутку: «**М:** Итак, Иван, чемпион России по самбо? **И:** Путин. **М:** Неверно, Гатаулин. **А,** нет, верно, Путин». В данный период был создан образ президента, который в дальнейшем уточнялся, но не изменялся.

Второй срок (2004 — 2008). В шутках прослеживается ассоциирование Путина и спецслужб, играющих роль помощников. Показательна следующая шутка. В.В. Путин в Бочаровом Ручье: «**П:** Почему здесь так скучно? Я в бинокль на Сочи смотрю — там весело. **О:** Сейчас позвоним, и там скучно будет. **П:** Не надо!» Используются такие характеристики Путина, как *сила*, *узнаваемость*.

Премьер-министр (2008–2012). Наиболее характерная черта выступлений данного периода — признание Путина лидером страны. Появляются шутки, противопоставляющие политика и региональных властей по принципу «эффективный — неэффективный». Окончательный образ создан и используется в различных ситуациях без изменений. Исключение составляют шутки, в которых сам президент служит фоном для другого, более яркого

в конкретном выступлении персонажа, например, стереотипного кассира.

Третий срок (2012–2018). Образ Путина используется без изменений. Окончательно укрепляется противопоставление политика региональным властям: «Снимать людей, когда они ничего не делают, — это фишка Путина».

Выступления в КВН, посвященные президенту, различаются глубиной и продуманностью образа, но не его характеристиками. Президент изображен как человек, владеющий собой, с размеренной, уверенной походкой, спокойными и чаще всего ничего не выражающими лицом и голосом. В сконструированном образе подчеркивается параметр *силы*, усиливающийся за счет сюжетов шуток: международных контактов, внутренней политики и т.д.

В Comedy Club выступления чаще всего посвящены контактам президента с лидерами США, КНР, Армении, лидерами региональной власти. Путин изображен как старший товарищ, умный, сильный, умелый, ловкий политик. Также подчеркивается параметр *силы*.

Главная составляющая юмора в выступлениях, посвященных В.В. Путину, — *сравнение* с лидерами других стран, простыми людьми, лидерами регионального уровня. На их фоне образ президента достигает максимальной гиперболизации — он представлен *героем*, победителем, для которого не существует ни пространственных (шутка про аренду офиса в Белом Доме), ни временных (шутка про путешествие Путина в прошлое) препятствий. Ярко характеризует образ президента в визуальном юморе следующая сценка: Путин засыпает, но продолжает работать во сне, что приводит в шок представителей местной власти.

Сравнение с другими лидерами происходит на фоне *борьбы* с абстрактным Западом и США, а также с преступлениями на местах. Президент выходит из этой борьбы победителем.

Путин изображен как *таинственный* политик. Его личная жизнь не раскры-

вается; распространяется информация только о его работе, в связи с чем акцент в шутках сделан на *политике-роли*, а не на политике-личности. В шутках обыгрываются не личные, а профессиональные черты президента.

Итак, в формировании образа В.В. Путина в визуальном юморе господствует мотив *силы*. Основой для большинства сюжетов служит *борьба/противостояние*. Путин играет роль единственного *героя, победителя и спасителя* России. При этом президент вызывает, скорее, страх, чем уважение других героев сценки.

При анализе шуток удалось выяснить, что В.В. Путин воспринимается *амбивалентно*: население разделяет его внешнеполитические успехи и критикует внутриполитические неудачи. Негативное отношение к политике выражается с помощью конкретных претензий (повышение пенсионного возраста, рост тарифов ЖКХ и т.д.) и абстрактных претензий. Количество исключений, выражающих другое мнение, в каждой группе мемов незначительно.

Шутки про внешнеполитическое превосходство президента можно разделить на несколько подгрупп по их объекту и характеру. Так, нападкам чаще всего подвергаются лидеры США (Б. Обама и Д. Трамп), Украины (В. Янукович и П. Порошенко), украинские политики (В. Кличко, А. Яценюк). Большое количество мемов посвящено абстрактному высмеиванию других политиков. Так, В. Путин в меме может «подкалывать» политика рифмовками, распространенными среди населения. Таким образом, автор мема выражает *свое отношение* к определенной проблеме, стране, используя авторитет В.В. Путина. Также в Интернете представлено большое число мемов, обыгрывающих политико-экономические аспекты отношений России и других стран. К примеру, неэффективность антироссийских санкций, назначение Д. Трампа официальным представителем

Президента России по Североамериканскому федеральному округу и т.д.

В мемах В. Путин *борется* против Запада и побеждает его с помощью *символов* России: энергоносителей (Россия как обладатель огромных энергоресурсов) и оружия (ракеты «Тополь»). Предполагаем, что В.В. Путин рассматривается как политик, способный правильно пользоваться *мощью России*.

В обеих гипергруппах мемов часто встречаются такие, которые изображают В. Путина и Д. Медведева. Изображение в качестве партнеров обусловлено, вероятно, почти постоянной совместной работой на вершине власти. В мемах периода 2000–2014 гг. Путин особенно часто изображен вместе с Д. Медведевым. Другие российские политики значительно реже используются в мемах вместе с президентом.

Динамику изменения отношения к президенту, наблюдаемую в интернет-мемах, можно представить в виде двойной параболы: первый пик отрицательных настроений пришелся на 2011–2013 гг. Второй пик пришелся на 2018 г. и был вызван пенсионной реформой. Пик позитивного отношения был обусловлен присоединением Крыма.

Итак, в креализованном юморе (текст с картинкой) господствуют два мотива: *силы* — в мемах с положительной оценкой и *непривлекательности* — в мемах с отрицательной оценкой. Путин изображен как *символ* России, обладающий *ее* мощью. В юморе прослеживается формула «Россия — это Путин». При конструировании образа В. Путина в основном используется метод *гиперболизации*.

Выводы

Итак, в юмористическом фольклоре мы наблюдаем синтез как современных представлений о лидере государства, так и укоренившихся историко-культурных мифологем. Воспроизводятся общеизвестные стереотипы. Можно сделать вывод, что юмористический

политический фольклор выполняет функцию воспроизводства и ретрансляции стереотипов вне зависимости от внешней ситуации. Создатели мемов *реагируют стереотипами* на те или иные события: власть хорошая — власть плохая и т.д.

В основе подавляющего большинства шуток лежит *мотив борьбы*: противостояние Западу и, только в визуальных источниках, внутренним «врагам» (региональным чиновникам). Путин представлен как единственный полюс силы, центральный политик. При этом президент воспринимается не как политик-личность, но как *политик-роль*, что обусловлено отсутствием качественной информации о его частной жизни.

Удалось выяснить, что образ В.В. Путина, существующий в юмористическом фольклоре, частично коррелирует с образом, сложившимся в массовом со-

знании: подчеркивается *сила* политика, который выполняет функцию *лидера* и *защитника* от внешних и внутренних врагов.

Предполагаем, что в юмористическом фольклоре происходит функциональное и символическое слияние образов Путина и России. Изображается не сила Путина, но мощь России, в связи с чем образ В.В. Путина *гиперболизирован*. Усиливаются наиболее характерные черты политика, что, вероятно, позволяет оттенить отсутствие официальной информации о политической личности.

Перспектива развития исследования в дальнейшем может быть связана с проведением фокус-групповых дискуссий с гражданами, что позволит проанализировать реакцию респондентов на образ президента в массовом сознании и в юмористическом контексте.

Литература

1. Власть и лидеры в восприятии российских граждан. Четверть века наблюдений (1993–2018) / Отв. ред. книги Е.Б. Шестопаля. М.: Весь Мир, 2019. — 656 с.
2. Дзюмидок Б. О комическом. — М.: Прогресс, 1974. — 223 с.
3. Дмитриев А.В., Сычев А.А. Смех: социофилософский анализ. — М.: Альфа-М, 2005. — 592 с.
4. Лысенко Е.Н. Интернет-мемы в коммуникации молодежи // Вестник СПбГУ. Социология. — 2017. — Т. 10. Вып. 4. — С. 410–424.
5. Мартин Р. Психология юмора / Пер. с англ. под ред. Л.В. Куликова. — СПб.: Питер, 2009. — 480 с.
6. Рукомойникова В.П. Виртуальный фольклор в контексте народной смеховой культуры: Автореф. дисс. ... канд. филол. наук. — Ижевск, 2004.
7. Селезнева А.В. Образ президента России В.В. Путина в сознании российских граждан // Русская политология — Russian political science. — 2018. — № 7 (2). — С. 4–11.
8. Тарасенко Т.В. Анекдот сквозь призму Интернета // Вестник Новгород. ун-та. — 2009. — № 52. — С. 78–81.
9. Шестопаля Е.Б. Образ и имидж в политическом восприятии: актуальные проблемы исследования // Образы государств, наций, лидеров / Под ред. Е.Б. Шестопаля. — М.: Аспект Пресс, 2008. — С. 8–24.
10. Шестопаля Е.Б. Восприятие В.В. Путина российскими гражданами: 15 лет пребывания у власти // Полис. Политические исследования. — 2015. — № 6. — С. 68–80.
11. В. Путин: первый год третьего президентского срока. Промежуточные итоги работы В. Путина на посту главы государства. ФОМнибус от 6 мая 2013 г. — Режим доступа: <https://fom.ru/Politika/10911>.
12. Владимир Путин: отношение и оценки. Пресс-выпуск Левада-Центр от 24 апреля 2017 г. — Режим доступа: <https://www.levada.ru/2017/04/24/15835/>.
13. Long D.L., Graesser A.C. Wit and humor in discourse processing // Discourse Processes. — 1988. — № 22(1). — С. 35–60.