

ПЛАКАТНИЯТ ИЗРАЗ НА ПРОТЕСТИТЕ В КРИТИЧНА ПОЛИТИЧЕСКА СИТУАЦИЯ

Р. Божинова, Е. Таир

Институт за изследване на населението и човека при БАН

rumi_bojinova@mail.bg; ergyul_tair@yahoo.com

Резюме. Настоящата работа отразява изследване на масовата психика в критична политическа ситуация на базата на 100 от показваните плакати и проследяване на емоционалните състояния на участници в протестните шествия през 2013 – 2014 г. Доказа се, че плакатът е съществен атрибут на съвременния социален протест. Той отразява достатъчно точно нагласите на протестиращите. Силата на неговото въздействие в голяма степен се дължи на емоцията, която той като визуален изказ носи и която е в синхрон с ентузиазма и решителността на протестиращите, както и с изпитвания от тях гняв и чувство на справедливост.

Ключови думи: критични ситуации, политически протести, масова психика, негативни и позитивни емоции, плакати

ВЪВЕДЕНИЕ

Масовите реакции на хората (т.нар. масова психика) във връзка с критични ситуации в управлението през последните години се превърнаха в проблем със сериозна значимост за много страни. Общественото внимание в Европа и в света е силно провокирано от социалните и политическите сблъсъци в Турция, Украйна и не на последно място в България. Поведението на хората във връзка със събитията, които стават в тези страни, и което е част от тези събития, представлява специален научен интерес.

Георги Йолов, един от най-сериозните изследователи у нас върху масовата психика, отбелязва, че критичната ситуация е връхната точка на възможно най-опасното и носещо определен риск съчетание на

обективни, реални условия на живот и дейност. Личността и масите са притиснати плътно от всички страни, от заплахата както за живота, така и за най-големите материални и духовни ценности, които те притежават. Критичните ситуации изправят субекта на действието пред дилемата поражение или победа. Всички междинни и странични възможности за намиране на решение и изход са безусловно ликвидирани. Същевременно Йолов поставя акцент върху психичните състояния, които са едновременно преживяване и поведение, и в този смисъл, основен критерий за масовата психика. Тя може да намери израз в неадекватни състояния като страх, паника, масов шок и масова истерия, но може да се разкрие и в адекватни състояния като масов подем, ентузиазъм, въодушевление (Йолов, 1973).

Заслужава да се отбележи, че и най-повърхностните наблюдения върху протичащите масови протести у нас и в другите страни през 2013–2014 година регистрират, на първо място, огромния брой издигнати знамена и плакати високо над потока от хора. Съвременните изследователи приемат, че днес в условията на т.нар. имидж-култура, най-мощните източници на модели на поведение и убеждение, на естетически идеали и морални ценности са визуалните, между които специално място заема плакатът (Амбарева, 2006). Какъв е плакатът в политически провокираната критична ситуация у нас, как той отразява масовата психика, каква е неговата роля в тази ситуация са въпроси, които представляват специален интерес за настоящата работа.

ЦЕЛ, ЗАДАЧИ, ХИПОТЕЗИ

ЦЕЛТА на изследването е да се проучи масовата психика в критична политическа ситуация чрез показваните плакати по време на масовите протестни шествия и тяхната връзка с емоционалните параметри на протеста.

ЗАДАЧИТЕ, чрез които се реализира посочената цел са:

Изучаване на показваните плакати и тяхното типизиране от гледна точка на съдържание и емоционален заряд;

Проследяване на емоционалните реакции на протестиращите и отражението им върху демонстрираните плакати.

Наблюденията върху протестите в страната 2013-2014 г. дават основание да се допусне, че плакатите, като съществена част от протеста, отразяват масовата психика в конкретната ситуация. Те са видим израз, както на исканията на протестиращите, така и на преживяваните от тях емоции.

МЕТОДИКА НА ИЗСЛЕДВАНЕТО

Проучването на типовете плакати, техните съдържателни и емоционални особености, е реализирано на базата на експертна оценка. Анализирани са 100 снимки на плакати от протести.

Емоционалните реакции на протестиращите са проследени на базата на: 1) Наблюдение, реализирано по време на протестните шествия 2013-2014 година в рамките на три месеца и 2) Експресно изследване, проведено върху 40 случайно избрани лица, участници в протестите на възраст 25-66 години, от тях 16 са мъже и 24 са жени.

Преживяваните от конкретните участници емоции по време на протестите са изучени в плана на индивидуалното им самовъзприемане (самооценяване) чрез метод, който предполага избор от набор прилагателни, отразяващи: а) осем негативни състояния, б) осем позитивни състояния и в) осем неутрални състояния, с когнитивно-оценъчен характер. Всеки изследван има свобода на избор по отношение на количествения и качествения аспект на прилагателните. Този подход на изследване е авторски и е апробиран за първи път във връзка с изучаване възприемането на социалната промяна през 1989 – 1990 г.

РЕЗУЛТАТИ И ОБСЪЖДАНЕ

I. Протестни плакати – съдържание и емоционален заряд

Основна задача на изследването е изучаване на протестните плакати. Проведеният анализ, на базата на експертна оценка показва, че плакатите се различават в зависимост от техниката на изпълнение и в зависимост от съдържанието, което включват.

В зависимост от приложената техника плакатите са: саморъчно направена рисунка, колаж от снимки, текст или комбинация от две и повече техники. Техниката на изпълнението се отразява по специфичен начин върху емоцията, която плаката изразява и съответно внушението, което носи.

Плакатите се отличават със специфично съдържание. Съответно на идеята и характера на изобразяваното от тях, бяха диференцирани шест тип плакати. На първо място, могат да бъдат поставени плакатите „символи“, които съдържат основно българското знаме, много често в комбинация с дете - лесна за разчитане идея („за бъ-



Плакати 1

дещето на България“). Те излъчват въодушевление, ентузиазъм, възторг, оптимизъм и надежда (Плакати 1).

Голяма част от плакатите са „призиви“. В повечето случаи, те съдържат думата „оставка“ и отразяват категоричната позиция на протестиращите за оттегляне на управляващите от властта. Често, в този тип плакати прозира гняв (Плакати 2).

На трето място могат да бъдат посочени плакатите, които са „вербално изразено мнение“ по отношение на партиите и хората, свързани с властта. Използват се много нарицателни думи, с които е изразена негативната оценка, неодобрението към

управляващите партии. Преобладава негативната емоция на гняв и яд към коментираните в плакатите лица (вж. Плакати 3).

Значително е присъствието и на плакати, които изобличават властта чрез символната идентификация във вербален и изобразителен план с негативно възприемани обекти (животни, джуджета и др.) (Плакати 4).

Отделна група са плакатите, които се опитват да подсказват, че съществува обреченост на властта, справедливост и възмездие свише. Това е добре илюстрирано с показаните по-долу плакати (Плакати 5). Те напомнят, че властта е обречена.



Плакати 2



Плакати 3



Плакати 4



Плакати 5



Плакати 6

Не на последно място много широко разпространение имат плакатите, които представят властта в карикатури (Плакати 6). Използвани са различни прототипи за да се постигне подчертано хумористичното, но негативно възприемане на управляващите, на тяхното бъдеще, в последна сметка на презрението към тях.

Плакатите, според проведеното изследване, са съществен елемент от протеста. Чрез тях протестиращите публично зая-

вяват исканията си, мотивите за техните действия, безкомпромисните им оценки, коментари и прогнози. В същото време, очевидно, плакатите са визуален израз на изпитваните от протестиращите емоции. Емоциите са имплицитно вградени в отделния плакат. Като цяло в плакатите доминира положителният емоционален тон – възторгът, въодушевлението и надеждата, както и доминиращият почти при всички плакати хумор. Както беше посочено в

началото това е критерий за адекватното състояние на хората, намиращи се в критична ситуация, предполагаща социална промяна (Йолов, 1973).

Специално трябва да се подчертае обаче, че преминаващият през по-голямата част от плакатите хумор най-често съдържа сарказъм, ирония. Чрез него протестиращите се опитват да осмеят управляващите, да изтъкнат техните недостатъци, погрешните им действия. Този основен аспект на плакатните изображения е в синхрон с гнева, яда на протестиращите, което съгласно съществуващите в психологията категории по същността си е индиректно изразена агресия или враждебност.

В по-общ план, плакатите изразяват нагласите на протестиращите. Те показват поведенческата им готовност, отразена в искане за социална и политическа промяна, директно заявена по различни начини в символите, лозунгите, свързани с бъдещето на България и нейните деца. Налице е ясно очертан *когнитивно-оценъчен елемент* – неодобрение на конкретни личности и политики, действия, решения и т.н.

Афективният елемент на нагласата присъства в почти всички проследени плакати, както беше показано в анализа.

II. ЕМОЦИОНАЛНО СЪСТОЯНИЕ НА ПРОТЕСТИРАЩИТЕ

Тримесечното наблюдение върху поведението на участващите в протеста хора установи доминирането преди всичко на позитивни емоционални преживявания. На първо място, може да се посочи решителността и ентузиазма на хиляди хора (до 50-60 000) да участват в протеста, докато постигнат оставка на правителството. Това те го изразяват в разговорите помежду си, скандират го на висок глас и категорично го доказват с продължителността на протестите (365 дни), включително с различни атрактивни форми (театрални демонстрации, изписване върху платното на Орлов мост на подкрепящите протеста градове, пиене на кафе сутрин пред парламента и много други). Специално трябва да се подчертае, че емоционалното състояние на протестиращите е много ясно отразено в





музикален съпровод (както и поддържано от него), който перманентно присъства на протестните шествия. Отбелязаните тенденции частично са илюстрирани по-долу със снимков материал.

Доминирането на положителните емоции на всяко от протестните шествия се открива също в радостните възгласи, взаимните поздравления и коментари за това, че присъстват хиляди хора, че има много известни личности, че там са много приятели, познати, колеги. Това определено поддържа и надеждата, че рано или късно те ще постигнат целта си, което също е споделяно ежедневно.

Особено ясно по време на протестните шествия се откроява чувството на патрио-

тизъм, което протестиращите по различен начин демонстрират и „подчертават“, че то в голяма степен диктува техните действия. Това, освен чрез българското знаме, което се развява от повечето протестиращи и се издига при всяко скандиране, е отразено и със символичното спиране и коленичене пред паметника на Васил Левски, а също чрез отбелязване на всички значими за България събития на колена пред Народното събрание, съпроводено от възрожденски песни. В това отношение особено впечатление прави активността на най-младите участници в протеста, студенти от различни ВУЗ-ове.

Протестиращите, успоредно със своите позитивни емоции, демонстрират и недо-

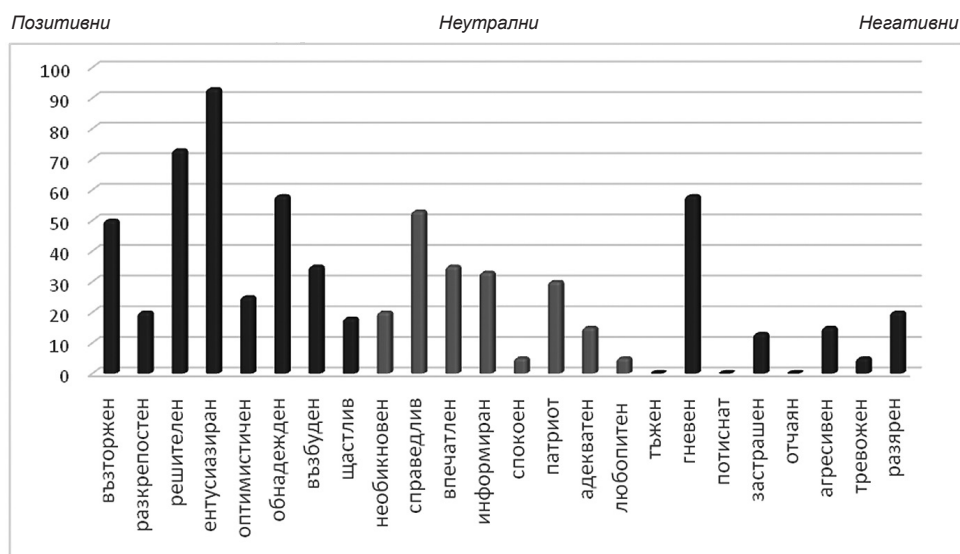




волство, гняв, яд към управляващите. Това е изразено чрез съдържанието на скандиранията, чрез освиркването, размахването на ръка в такт с гласно издиганите лозунги. Този гняв е силно изразен (предимно с освиркване) и към отхвърляни от протестиращите личности или към хора от тяхното обкръжение, при появата им в близост до шествието. Отрицателните емоции на протестиращите са предизвикани и от групи, идентифицира-

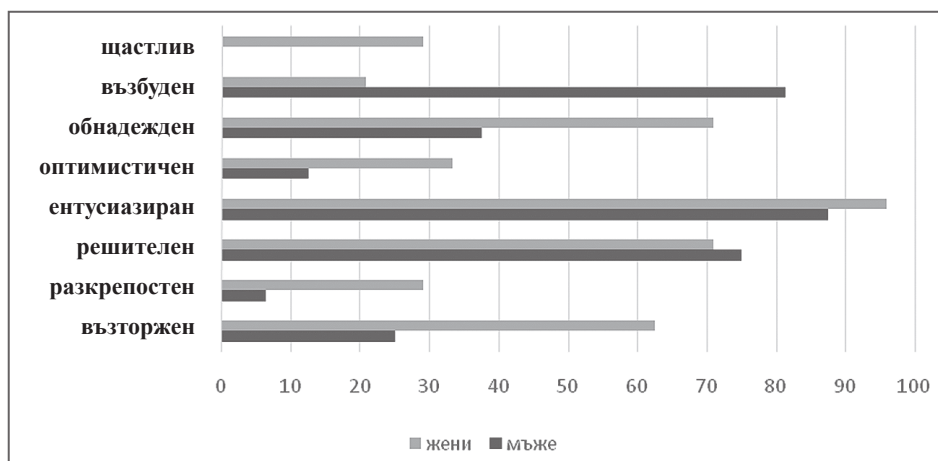
ни от тях като провокатори, последвано от действия насочени към изолирането им.

Наблюдението е основна форма за изучаване на посочения тип социално психологични събития. В настоящата работа обаче представяме и резултати от експресно проведено емпирично изследване върху 40 случайно избрани протестиращи. То дава възможност за известно илюстриране на отбелязаните по-горе тенденции¹.



Фигура 1. Емоционални преживявания в позитивен, негативен и неутрален аспект

¹ Графично представените в тази част резултати имат само илюстративен характер, без претенции за статистически доказана значимост на отбелязаните различия.



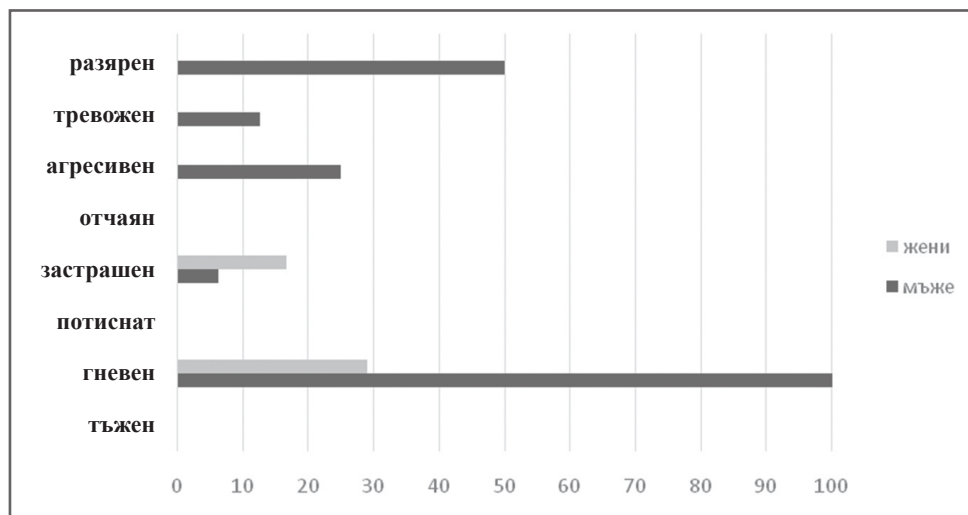
ФИГУРА 2. Позитивни емоции при протестиращи жени и мъже

На фиг.1 са показани средните резултати за емоционалните преживявания на изследваните лица в позитивен, негативен и неутрален аспект. От фигурата се вижда, че с най-висока изразеност са позитивните емоции, следвани от неутралните и най-слаба е изразеността на негативните емоции.

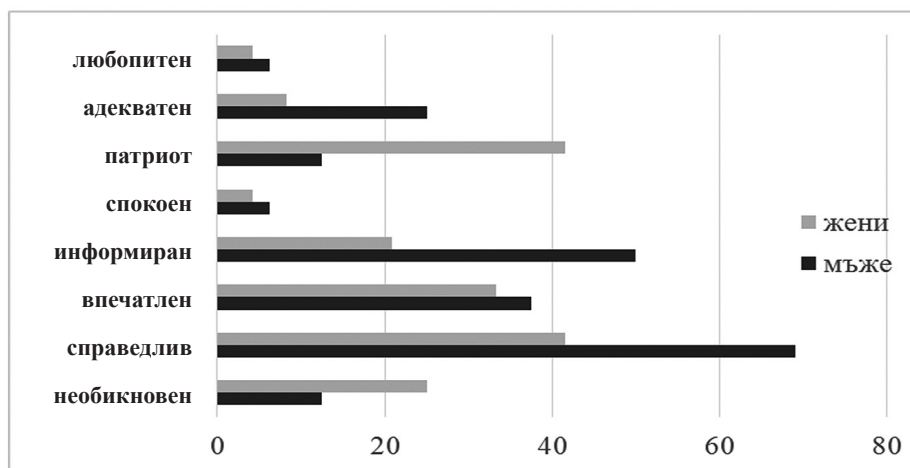
Проследяването на позитивните емоции, сочи, че доминиращото чувство в този

аспект е ентузиазмът, т.е. той е преживяван от почти всички изследвани участници в протеста (93%). На второ място, най-преживявана е решителността и на трето място е надеждата (обнадяден). Много ясно е изразен и възторгът, типичен за половината от изследваните.

Част от хората се чувстват също възбудени оптимистични (съответно 35% и 25%). По-малко, но ясно е изразено усеща-



ФИГУРА 3. Негативни емоции при протестиращи жени и мъже



ФИГУРА 4. НЕУТРАЛНИ ЕМОЦИИ ПРИ ПРОТЕСТИРАЩИ ЖЕНИ И МЪЖЕ

нето за разкрепостеност (20) и усещането за щастие (18%).

Отбелязват се известни различия в позитивните преживявания между мъжете и жените. Жените са значимо по-обнадеждени, по-възторжени, по-оптимистични и по-щастливи. При мъжете много по-определено е изразена възбудата, тя е типична за 81,25% от тях (валидна за 20,8 % от жените)(фиг. 2).

Според получените резултати за негативните емоции, преживявани от изследваните лица по време на протеста, гневът е водещата емоция в този аспект (фиг. 3). Специално трябва да се подчертае, че той е типичен за 100% от мъжете и само за 29% от жените. И двата пола, на второ място се усещат разярани, (по-определено мъжете -50%), а също – агресивни (25% от мъжете). Нито един изследван не се чувства подтиснат, тъжен или отчаян (фиг. 3).

На фиг. 4 са представени неутралните в емоционално отношение преживявания (с когнитивно-оценъчен характер). Най-голяма част от изследваните имат усещането за справедливост (53%). Това преживяване е изразено по-силно при мъжете – приблизително 70% от тях свидетелстват за него срещу 41,6% от жените. По-голямата част от мъжете също се възприемат като ин-

формирани (50%) и впечатлени (37,5%). При жените на преден план е чувството за справедливост (50%) и патриотизъм (50%). На втори план те декларираат, че са впечатлени (33,3%) от събитието и че се чувстват необикновени (25%)

Разкритите тенденции по отношение на емоционалния заряд на плакатите и по отношение преживяваните от протестиращите емоции дава основание да се приеме, че между тях съществува ясно изразен синхрон. Плакатите правомерно отразяват преживяванията на участниците в протеста. В същото време трябва да се отбележи, че те представят редица нюанси в тези преживявания, които не са видими по друг начин. В този смисъл плакатите се явяват едно от най-внушителните, най-силните средства на протеста.

Изводи

Плакатът се очертава като съществен атрибут на съвременния социален протест. Той се разкрива като форма, която отразява нагласите на протестиращите, дава широка възможност те да заявят своите цели и да изложат мотивите си по недвусмислен начин. Силата на неговото въздействие обаче в много висока степен се дължи на емоция-

та, която той като визуален изказ носи.

Емоционалният „фон“ на плакатите е синхронизиран с изпитваните от протестиращите чувства, едновременно с това ги прави по-видими в различните им „нюанси“. Това предполага и обратен ефект – усилване на емоционалния заряд на протеста чрез плаката.

Преживяванията на протестиращите, в рамките на осъществените директни наблюдения и емпирично изследване върху ограничена извадка са преобладаващо положителни и се характеризират с ентузиазъм, решителност и възторг. Също така се отбелязва сериозно наличие на гняв, чувство за справедливост, патриотизъм. Тези

констатации са в съответствие с доказателства от други изследвания в областта и се приемат за адекватна реакция на индивида и масите в критична ситуация от типа на коментираната в настоящия материал (вж. Йолов, 1973).

ЛИТЕРАТУРА

- Амбарева, Х. (2005). Медийната грамотност: За моралното възпитание в условията на имидж-културата. В сб. Морал и социализация на децата и младежите в България, София, изд. Фабер, 139-147.
- Йолов, Г. (1973). Критичните ситуации и масовата психика. София, Изд. „Наука и изкуство“.

PLACARDS EXPRESSION OF THE PROTESTS IN CRITICAL POLITICAL SITUATION

Rumyana Bozhinova, Ergyul Tair

Abstract. *This work presented a study on mass psychology in a critical political situation based on 100 displayed placards and observations on emotional states of participants during the protest marches in 2013 - 2014. It was proved that the placard is an essential attribute of the modern social protest. The placard reflected sufficiently precise the attitudes of the protesters. The strength of placard was largely due the emotion that he brings as a visual expression and which was in line with the enthusiasm and determination of the protesters, and also with their anger and sense of justice.*

Keywords: critical situations, political protests, mass psychology, negative and positive emotional reactions, placards

Проф. д-р Румяна Божинова – ИИНЧ-БАН

Доц. д-р Ергюл Таир – ИИНЧ-БАН